

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan (integral) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), dimana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi.¹

Ketika *homo economicus* tidak mampu menjelaskan perilaku manusia secara lengkap, dan kesadaran para pembaharu ekonomi konvensional terhambat dengan tidak adanya standar moral yang dapat dijadikan acuan, Islam menjadi solusi satu-satunya. Pandangan Islam terhadap manusia dan bagaimana perilaku ekonominya adalah konsep yang komprehensif, konsep ini dapat disingkat dengan istilah *homo Islamicus*. *Homo Islamicus* mengarahkan manusia kepada tujuan hakiki dari kegiatan ekonomi, yaitu *falāh*.²

Dalam kegiatan berekonomi kita tidak akan jauh dari istilah distribusi, produksi, dan konsumsi. Beberapa jenis kegiatan tersebut saling

¹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Ed. 1, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 13.

²Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah*, Cet. 1, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 417.

berkaitan, dalam hal ini peneliti ingin mengkaji lebih dalam kegiatan konsumsi seorang konsumen atau kita sering dengar dengan perilaku konsumen. Yang dimaksud dengan konsumsi adalah pembelanjaan atau pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup secara jasmani atau rumah tangga yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan manusia, bertujuan menghantarkan kesejahteraan yang berdimensi fisik, materialis, dan hedonisme tanpa batas. Sehingga tidak ada pembahasan secara spesifik dalam mengikuti bagaimana gaya konsumsinya, batasan ini muncul apabila seseorang telah mendapatkan titik kepuasan dalam konsumsinya.

Perilaku konsumen merupakan perilaku atau sikap manusia dalam memanfaatkan pemasukan dalam memenuhi kebutuhannya, baik secara individu maupun sosial. Sisi keunggulan perilaku konsumen muslim dari pada perilaku konsumen konvensional ialah bentuknya bukan sekedar memenuhi kepuasan semata, melainkan juga memiliki nilai manfaat dan berkah, dalam hal ini hedonisme tidak berlaku dalam perilaku konsumen muslim. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt, inilah yang membedakan dengan perilaku konsumsi konvensional.

Manusia tidak dilihat dari sudut moral, tetapi dilihat sebagai manusia seperti apa adanya, yang biasanya selalu menginginkan kehidupan material yang lebih baik. Banyak ahli ekonomi memandang konsep kepuasan yang tidak terbatas sebagai suatu anggapan kerja (*working hypothesis*) bukan sebagai konsepsi manusia yang utuh. Dalam penerapannya ilmu ekonomi

tidak bisa lepas dari permasalahan (yaitu penilaian mengenai mana yang “baik” dan mana yang “buruk”), anggapan kerja ini memang harus digunakan dengan hati-hati.³

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan. Peran keimanan menjadi tolak ukur penting, karena memberi cara pandang kepada dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.⁴

Perkembangan sistem ekonomi Islam yang terbawa oleh zaman akan banyak memunculkan pemikiran-pemikiran yang kontemporer atau kekinian. Semua tidak lepas dari pemikiran dan praktisi ekonomi Islam klasik terdahulu. Banyaknya konsep yang bermunculan tentang ekonomi Islam, seharusnya memperkuat sistem perekonomian yang masih dalam tahap perkembangannya ini.

Tujuan ekonomi Islam adalah *al-maṣlahah* (kesejahteraan) bagi umat manusia, yaitu dengan mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemaslahatan bagi manusia, atau dengan mengusahakan aktivitas yang secara langsung dapat

³Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No 1: Ekonomi Mikro*, Ed. 2, Cet. 24, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2008), hlm. 3.

⁴Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Ed. 1, Cet. 1, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 12.

merealisasikan kemaslahatan itu sendiri. Aktivitas lainnya demi menggapai kemaslahatan adalah dengan menghindarkan diri dari segala hal yang membawa *al-mafsadah* (kerusakan) bagi manusia.⁵

Problematika ekonomi manusia dalam prespektif Islam adalah pemenuhan kebutuhan (*need*) dengan Sumber Daya Alam (SDA) yang ada. Munculnya konsep *al-maṣlahah* dalam bermuamalah, jika ditinjau dari sisi ekonomi Islam telah memberi pengaruh yang sangat begitu signifikan.

Sebelum mengenal istilah *maqāṣid asy-syarī'ah* terlebih dahulu muncul konsep masalahah, yang mana masalahah merupakan tujuan dari maqashid syariah dan nantinya akan menjadi pedoman dasar *syari'* atau hukum Islam dalam segala aspek kehidupan.

Imam Al-Haramain Abu Al-Ma'ali Al-Juwaini (478 H/1085 M) adalah orang pertama yang memunculkan embrio pembagian masalahah. Al-Haramain yang mempunyai nama lengkap Diya' Al-Din Abu Al-Ma'ali Abdul Malik bin Abdullah al-Juwaini adalah seorang ahli dalam bidang *uṣūl fiqh* dan yang menulis kitab *al-Burhan fī Uṣūl Fiqh*. Kitab yang monumental ini banyak dijadikan rujukan pijakan oleh para ahli *uṣūl fiqh*.⁶

Imam Al-Gazālī merupakan murid dari Al-Haramaini Al-Juwaini dan salah satu ulama klasik yang ikut berperan serta dalam perkembangan kajian masalahah. Dalam sebuah karyanya yang cukup fenomenal di bidang *Uṣūl*

⁵Ika Yunia fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Prespektif Maqashid Syari'ah*, Cet. 2, Ed. 1, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 13.

⁶*Ibid.*, hlm. 74.

yaitu *al-Mustaṣfā Min ‘Ilmi al-Uṣūl*, dalam buku ini Al-Gazālī mengisyaratkan *al-maṣlahah* yang *ḍarūriyyāt* (pokok).

Islam mengajarkan agar manusia menjalani kehidupannya secara benar, sebagaimana telah diatur oleh Allah Swt. Bahkan, usaha untuk hidup secara benar dan menjalani hidup secara benar inilah yang menjadikan hidup seseorang bernilai tinggi. Ukuran baik buruknya kehidupan sesungguhnya tidak diukur dari indikator-indikator lain melainkan dari sejauh mana seorang manusia berpegang teguh kepada kebenaran.⁷

Adanya hubungan perilaku konsumen dengan masalah dalam ekonomi Islam mempunyai dampak yang sangat luar biasa, ini bisa menjadi landasan untuk memperkenalkan jauh lebih baik bagaimana pola konsumen yang Islami. Sebagai masyarakat awam, muncul beberapa keraguan atau bahkan kebingungan untuk pengaplikasian pola konsumtif, khususnya yang bersifat *ḍarūriyyāt* atau pokok.

Maka hadirnya Islam sebagai agama yang telah mengatur dan memberi pola tindakan yang benar dalam menjalankan kehidupan, baik secara sosial, budaya, dan ekonomi. Akan tetapi, masyarakat dunia saat ini telah terkontaminasi oleh *worldview* kapitalis dan imperialis. Maka untuk menjawab tantangan global ini, perlu adanya perkembangan ilmu pengetahuan tanpa mengesampingkan aspek agama di dalamnya.

Tidak terlepas dari tujuan ekonomi itu sendiri secara umum dan perilaku konsumen secara khusus. Masalah berperan untuk mengawal

⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi...*, hlm. 6.

bagaimana sebaiknya berperilaku konsumtif menurut ekonomi Islam. Dengan adanya pendekatan pola pemikiran yang bersifat klasik dari Imam Al-Gazāfī dengan konsep *al-maṣlahah al-mursalah* yang di perkenalkan diharapkan mampu untuk menjawab tantangan global yang kekinian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, ada beberapa masalah yang akan diteliti dalam penulisan tesis ini, yaitu:

1. Bagaimana perilaku konsumen dilihat dari perspektif masalah Imam Al-Gazāfī?
2. Bagaimana aplikasi *al-uṣūl al-khamsah* Imam Al-Gazāfī dalam perilaku konsumen kekinian?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui perilaku konsumen dilihat dari perspektif masalah Imam Al-Gazāfī
- b. Mengetahui secara aplikatif penerapan *al-uṣūl al-khamsah* Imam Al-Gazāfī dalam perilaku konsumen kekinian.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis.

- a. Secara teoritis, yaitu memberikan kontribusi tentang ide perilaku konsumen dilihat dari sisi konsep *al-maṣlahah* Imam Al-Gazālī. Yang merupakan ulama klasik tetapi memiliki tujuan dan nilai ke-Islaman yang universal dan kekinian.
- b. Secara praktis, yaitu mengembangkan ilmu dan proses Islamisasi (penerapan nilai-nilai Islam) dalam berperilaku konsumtif terhadap barang-barang yang sifatnya primer. Dengan konsep *al-maṣlahah* yang kekinian maka masyarakat akan mudah menerimanya.

D. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penelitian ini teratur dan sistematis, dan tercapainya tujuan-tujuan daripada penelitian, sekaligus memudahkan dalam memahami maksud dan tujuan daripada penelitian, maka penelitian ini dibagi dalam beberapa bab, yaitu:

Bab I, merupakan pendahuluan dengan pembahasan latar belakang penelitian yang dikemukakan, selanjutnya disusun rumusan masalah. Tujuan dan manfaat penelitian disajikan pada urutan berikutnya lalu diakhiri dengan uraian tentang sistematis pembahasan.

Bab II, berisi telaah pustaka dan kerangka teori. Telaah pustaka memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dibuat terkait dengan perilaku konsumen dan *al-maṣlahah*. Hal ini penting guna pengembangan arah penelitian sekaligus untuk menghindari adanya duplikasi penelitian. Sedangkan kerangka teori merupakan alat untuk membahas pemikiran sang tokoh, kerangka teori yang diangkat peneliti

terdiri atas teori konsumsi, keseimbangan konsumen, dan teori maqashid syariah.

Bab III, menyajikan metode penelitian yang dilakukan dengan bahasan mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV, berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini menghadirkan sejumlah informasi berkaitan dengan perilaku konsumen dan *al-maṣlahah* Imam Al-Gazāfi, diantaranya: Perilaku Konsumen; persepsi konsumen muslim dan konfigurasi kebutuhan manusia. Masalah Al-Gazāfi; terminologi masalah, pembagian masalah, dan tingkatan masalah. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif masalah Imam Al-Gazāfi; pemenuhan kebutuhan primer, masalah dalam konsumsi, masalah sebagai dasar pemenuhan kebutuhan primer.

Bab V, sebagai penutup pembahasan yang mengemukakan beberapa kesimpulan sebagai penegasan jawaban dari hasil penelitian. Selain itu dikemukakan sejumlah rekomendasi atau saran sebagai usaha perbaikan dalam pengambilan sikap dalam berperilaku konsumtif dalam perspektif Islam yang kekinian.