

**KONSUMEN RASIONAL  
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**  
(Studi Kasus *Jama'ah Tabligh* Di Temboro Jawa Timur)



Oleh :

**SUYOTO ARIEF**  
NPP : 980023

Pembimbing

**Drs. M. Akhyar Adnan, MBA. Ak. Ph. D**

TESIS

Diajukan kepada Progam Pascasarjana  
Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia  
untuk memenuhi salah satu syarat guna  
memperoleh gelar Magister dalam  
Ilmu Agama Islam  
Yogyakarta, 2001



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**MAGISTER STUDI ISLAM**

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta

Telp. (0274) 523637 Faks. 523637

## PENGESAHAN

TESIS berjudul: **KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM**  
(Studi Kasus *Jama'ah Tabligh* di Temboro Jawa Timur)

Ditulis oleh : Drs. Suyoto Arief

N I M : 980023

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.



Yogyakarta, 10 Nopember 2002

Ketua Program

Magister Studi Islam,

  
Drs. H. Amir Mu'allim, MIS

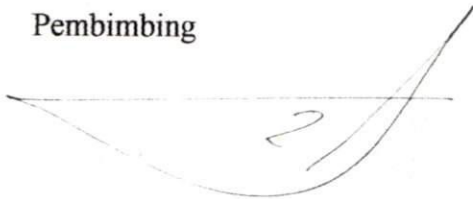
**PERSETUJUAN  
DOSEN PEMBIMBING**

Tesis berjudul “**KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Konsumsi Jama’ah Tabligh di Temboro Jawa Timur)**”, telah dapat disetujui untuk diuji dihadapan dewan penguji tesis Program Pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, \_\_\_\_\_

8/10/2007

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'M' followed by a long, sweeping horizontal stroke that curves upwards at the end.

Drs. M. Akhyar Adnan, MBA., Ak. Ph.D



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
**MAGISTER STUDI ISLAM**  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Jogjakarta  
Telp. (0274) 523637 Faxes. 523637

## TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Drs. Suyoto Arief  
Tempat/tgl.lahir : Ponorogo, 12 Juni 1958  
No. Peserta : 980023  
NIMKO : 99/UII/III/000578  
No. Ujian : 99/UJN/DIY/III/00057  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Judul Tesis : KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM ( Studi Kasus Jama'ah Tablik di Temboro Jawa Timur )

Ketua : Drs. YUSDANI, M. Ag. (.....)

Sekretaris : Drs. H. ASMUNI, MA (.....)

Pembimbing : Drs. M. AKHYAR ADNAN, MBA. Ak., Ph.D (.....)

Penguji : 1. Drs. AKH. MINHAJI, MA., Ph.D (.....)

2. Drs. H. EDY SUANDI HAMID, M.Ec (.....)

Diuji di Jogjakarta pada tanggal 7 Nopember 2001

Pukul 08.30 s/d 10.00 BBWI

Hasil/Nilai : B / 84,25

Predikat : Sangat Memuaskan



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
**MAGISTER STUDI ISLAM**

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Jogjakarta  
Telp. (0274) 523637 Faxes. 523637

**TIM PENGUJI**  
**UJIAN TESIS**

Nama : Drs. Suyoto Arief  
Tempat/tgl.lahir : Ponorogo, 12 Juni 1958  
No. Peserta : 980023  
NIMKO : 99/UUI/III/000578  
No. Ujian : 99/UJN/DIY/III/00057  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Judul Tesis : KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM ( Studi Kasus Jama'ah Tablik di Temboro Jawa Timur )

Ketua : Drs. YUSDANI, M. Ag (.....)

Sekretaris : Drs. H. ASMUNI, MA (.....)

Pembimbing : Drs. M. AKHYAR ADNAN, MBA. Ak., Ph.D (.....)

Penguji : 1. Drs. AKH. MINHaji, MA., Ph.D (.....)

2. Drs. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec (.....)

Diuji di Jogjakarta pada tanggal 7 Nopember 2001

Pukul 08.30 s/d 10.00 BBWI

Hasil/Nilai : B / 84,25

Predikat : Sangat Memuaskan

## Abstract

بسم الله الرحمن الرحيم

### TITLE : RATIONAL CONSUMER IN ISLAMIC PERSPECTIVE ( Case Study *Jama'ah Tabligh* at Temboro, East Java)

By : Suyoto Arief

Islam is a religion which arranges all aspects of human life in this world as well as in hereafter. Its teachings do not only cover the aspects of belief (*'aqidah*), moral (*akhlaq*), and worship (*'ibadah*), but also give a due attention to the realm of transaction (*mu'amalat*). One of the important aspects in transaction is consumption. In view of that fact, the problem of this study will be (1) How is the concept of objective of rational consumer of *Jama'ah Tabligh*? (2) What are the factors that influence the scale of consumer rationality of *Jama'ah Tabligh*? This study aims at describing the concept of consumer objective rationality in Islamic perspective and the difference of the objective of Muslim consumer compared to others wherein the following points will be discussed: (1) The concept of the objective of rational consumer of *Jama'ah Tabligh*; (2) Factors that influence the consumer rationality of *Jama'ah Tabligh*?

The approach of this research is qualitative with special aim to describe specific purpose by understanding the meaning and the phenomena. The qualitative phenomena in this regard is the phenomena of consumption rationality of *Jama'ah Tabligh*. Quantitative approach will also be in use to corroborate the analysis of the result of the research. This approach is used to search the influence of certain variables assumed as having influence upon the consumption rationality of a Muslim. The variables measured and manipulated in this study are independent variables which cover (1) consumer religiosity; (2) education; and (3) sex; and dependent variable which is consumer rationality. This research took place at Temboro, Karas, Magetan, East Java. The population of this research was the people of Temboro (3000 persons), using stratified random sampling as the technique of sampling. The method and technique of collecting data used in this research will mostly depend of the variables exposed. Taking it into consideration the method and technique of collecting data in this research are questionnaire, observation, and interview. The data of the research will be analyzed using percentage description, one way variant analysis, and two-way variant analysis.

This research finally concludes that (1) the concept of the objective of rational consumer in *Jama'ah Tabligh* is that in doing consumption a Muslim must take into account: the act of *israf* and *tabdhir* (waste and dissipation), the goods consumed in certain period of time and its *pasifa* consumption, the giving of *zakāt*, *infaq*, and *sadaqah* as the provisions for the life in hereafter, (2) The scale of consumption rationality of *Jama'ah Tabligh* is influenced by (a) religiosity (F ratio = 24152,584; p = 1,0005-13); (b) education (F ratio = 23496,141; p = 9,000E-13); (c) sex ( F ratio = 24894,748; p = 6,000E-14); (3) Factors that influence the scale of consumption rationality of *Jama'ah Tabligh* are religiosity, education, and sex. The influence of those three factors in indicated by coefficient F ratio 2,801; p = 3,061E-03).

## ABSTRAK

### TESIS dengan Judul “KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM” (Studi Kasus Jama'ah Tabligh di Temboro Jawa Timur)

Oleh : Suyoto Arief

Islam adalah agama yang mengatur kehidupan ummatnya secara sempurna, bukan saja pada persoalan yang berkaitan dengan aqidah, akhlak dan ibadah, namun juga persoalan mu'amalah. Salah satu aspek mu'amalah manusia adalah berkaitan dengan konsumsi. Konsumsi seorang Muslim memiliki pola dan pendekatan yang berbeda dengan seorang non-Muslim. Sehubungan dengan hal tersebut, maka permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah konsep tujuan konsumen rasional *Jama'ah Tabligh*? (2) Faktor-faktor apa yang mempengaruhi tingkat rasionalitas konsumen *Jama'ah Tabligh*? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konsep rasionalitas tujuan konsumen dalam perspektif Islam dan perbedaan tujuan konsumen Muslim dengan lainnya, di mana aspek-aspek penting yang akan dikemukakan adalah: (1) Konsep tujuan konsumen rasional *Jama'ah Tabligh*; (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat rasionalitas konsumen *Jama'ah Tabligh*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang mempunyai tujuan yang khas, yaitu untuk mendeskripsikan kebutuhan khusus dengan memahami makna dan gejala. Gejala kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gejala rasionalitas konsumsi, yang dilakukan oleh anggota *Jama'ah Tabligh*. Untuk menguatkan analisis hasil penelitian ini, maka dibantu dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk mencari pengaruh beberapa variabel yang diduga memberikan pengaruh terhadap rasionalitas konsumsi seorang Muslim. Adapun variabel penelitian yang diukur dan dimanipulasi dalam penelitian ini meliputi; variabel independen adalah (1) Religiusitas Konsumen (2) Tingkat Pendidikan; dan (3) Jenis Kelamin. Sedangkan yang termasuk dalam variabel dependen dalam penelitian ini adalah Rasionalitas Konsumen. Populasi penelitian adalah masyarakat Temboro Kec. Karas Kab. Magetan Jawa Timur. Jumlah penduduk atau populasi penelitian sebesar 3000 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan menggunakan *Stratified Random Sampling*. Penentuan metode dan teknik pengumpulan data sangat berkaitan dengan variabel yang diungkap dalam penelitian. Berdasarkan pada pertimbangan tersebut di atas, maka metode dan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah angket, observasi dan wawancara. Teknik analisis data penelitian menggunakan teknik; deskripsi prosentase; analisis varian satu jalur dan analisis varian dua jalur.

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini dapat disimpulkan: (1) Konsep tujuan konsumen rasional bagi *Jama'ah Tabligh*, bahwa seorang Muslim dalam melakukan konsumsi harus mempertimbangkan perbuatan israf dan tabdzir. Di dalam konsumsi harus memperhatikan barang yang dikonsumsi pada periode waktu tertentu dan barang tahan lama yang dikuasai dengan pengeluaran zakat, infaq serta shadaqah, sebagai bekal kehidupan di akhirat; (2) Tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* dipengaruhi oleh (a) Tingkat religiusitas ( $F_{ratio} = 24152,584$ ;  $p = 1.0005-13$ ); (b) Tingkat pendidikan anggota *Jama'ah* ( $F_{ratio} = 23496,141$ ;  $p = 9,000E-13$ ); (c) Jenis Kelamin anggota *Jama'ah* ( $F_{ratio} = 24894,748$ ;  $p = 6,000E-14$ ); (3) Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat rasionalitas konsumsi anggota *Jama'ah Tabligh* adalah faktor tingkat religiusitas; tingkat pendidikan dan jenis kelamin. Pengaruh ketiga faktor tersebut ditunjukkan dengan koefisien  $F_{ratio}$  sebesar 2,801;  $p = 3,061E-03$

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya tesis yang berjudul **KONSUMEN RASIONAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Jama'ah Tabligh di Temboro, Jawa Timur)** dapat penulis selesaikan dengan baik.

Penulis sengaja mengangkat judul ini dengan maksud mengungkap perilaku konsumsi para anggota *Jama'ah Tabligh* di Desa Temboro, Magetan Jawa Timur. Dengan harapan hasil temuan ini dapat dijadikan rujukan dalam penyusunan teori ekonomi mikro yang berkenaan dengan perilaku konsumsi seorang Muslim.

Tesis ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. H. Zaini Dahlan, MA. selaku rektor Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti jenjang pendidikan Pasca Sarjana Magister Studi Islam.
2. Bapak Dr. Imam Syafi'i, MA. selaku Ketua Program Magister Studi Islam, atas kesempatan dan dorongan yang diberikan kepada penulis.
3. Bapak Drs. M. Akhyar Adnan, Ak. MBA. Ph.D. atas segala bimbingan kepada penulis selama penulisan tesis ini.
4. Bapak KH. Abdullah Syukri Zarkasyi, MA., Pimpinan Pondok Modern Darussalam Gontor dan Rektor Institut Studi Islam

Darussalam yang telah memberikan kesempatan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.

5. Istri dan anak-anakku yang telah melapangkan dada mengorbankan waktu selama penulis menempuh program Magister Studi Islam.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulis tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga amal baiknya mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT.



Yogyakarta, 4 Januari 1999

Penulis

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**  
**Sesuai dengan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan &**  
**Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987**  
**tertanggal 22 Januari 1988**

**A. Konsonan Tunggal**

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan                 |
|------------|------|-------------|----------------------------|
| ا          | Alif | -           | tidak dilambangkan         |
| ب          | bā'  | b           | -                          |
| ت          | tā'  | t           | -                          |
| ث          | sā'  | s           | s dengan titik di atasnya  |
| ج          | jīm  | j           | -                          |
| ح          | hā'  | h           | h dengan titik di bawahnya |
| خ          | khā' | kh          | -                          |
| د          | dāl  | d           | -                          |
| ذ          | zāl  | z           | z dengan titik di atasnya  |
| ر          | rā'  | r           | -                          |
| ز          | zā'  | z           | -                          |
| س          | sīn  | s           | -                          |
| ش          | syīn | sy          | -                          |
| ص          | sād  | s           | s dengan titik di bawahnya |
| ض          | dād  | d           | d dengan titik di bawahnya |
| ط          | tā'  | t           | t dengan titik di bawahnya |
| ظ          | zā'  | z           | z dengan titik di bawahnya |
| ع          | 'ain | '           | kona terbalik              |
| غ          | gain | g           | -                          |

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Keterangan                                                                |
|------------|--------|-------------|---------------------------------------------------------------------------|
| ف          | fā'    | f           | -                                                                         |
| ق          | qāf    | q           | -                                                                         |
| ك          | kāf    | k           | -                                                                         |
| ل          | lām    | l           | -                                                                         |
| م          | mūm    | m           | -                                                                         |
| ن          | nun    | n           | -                                                                         |
| و          | wawu   | w           | -                                                                         |
| هـ         | hā'    | h           | -                                                                         |
| ء          | hamzah |             | apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata |
| ي          | yā'    | y           | -                                                                         |

#### B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap

أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

#### C. Tā' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat* dan sebagainya.

جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliā'*

#### D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*.

#### E. Vokal Panjang

*A* panjang ditulis *ā*, *i* panjang ditulis *ī*, dan *u* panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Fathah + *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*, dan fathah + *wāwu* mati ditulis *au*.

#### F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (').

أنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annas*

**H. Kata Sandang Alif+Lām**

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al/-*

القرآن ditulis *Al-Qur'an*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf *l* diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

الشيعة ditulis *asy-Syi'ah*

**I. Huruf Besar**

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

**J. Kata dalam Rangkaian Frasa dan Kalimat**

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syaikhul-Islām*



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR ISI

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                    | i   |
| NOTA DINAS .....                       | ii  |
| PENGESAHAN .....                       | iii |
| ABSTRAK .....                          | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                   | v   |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... | vii |
| DAFTAR ISI .....                       | x   |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| BAB I: PENDAHULUAN .....           | 1  |
| A. Latar Belakang Penelitian ..... | 1  |
| B. Rumusan Masalah .....           | 3  |
| C. Tujuan Penelitian .....         | 4  |
| D. Manfaat Penelitian .....        | 4  |
| E. Sistematika Pembahasan .....    | 10 |

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| BAB II: KAJIAN TEORITIK .....                                     | 11  |
| A. Konsumsi dalam Perspektif Sistem Ekonomi<br>Konvensional ..... | 12  |
| 1. Teori Perilaku Konsumsi .....                                  | 12  |
| 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku<br>Konsumen .....     | 16  |
| 3. Permintaan Konsumen .....                                      | 27  |
| 4. Total Utility dan Marginal Utility .....                       | 35  |
| B. Konsumsi dalam Perspektif Islam .....                          | 39  |
| 1. Dasar Hukum Perilaku Konsumen .....                            | 40  |
| 2. Ketentuan Islam dalam Konsumen .....                           | 44  |
| 3. Teori Konsumen Muslim .....                                    | 49  |
| 4. Kepuasan dan Rasionalitas dalam Konsumen .....                 | 90  |
| 5. Motif dan Tujuan Perilaku Konsumen .....                       | 117 |

|                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| C. Kajian Penelitian yang Sudah Ada.....                             | 121        |
| <b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>                               | <b>125</b> |
| A. Pendekatan Penelitian.....                                        | 125        |
| B. Penentuan Variabel Pokok.....                                     | 127        |
| C. Penentuan Populasi.....                                           | 128        |
| D. Penentuan Sampel.....                                             | 128        |
| E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....                           | 129        |
| F. Instrumen Penelitian.....                                         | 129        |
| G. Teknik Analisis Data.....                                         | 134        |
| <b>BAB IV: DATA EMPIRIK “JAMA’AH TABLIGH” DI DESA TEMBORO... 136</b> | <b>136</b> |
| A. Gambaran Umum Desa Temboro.....                                   | 136        |
| B. Keadaan Geografi, Demografi, Sosial dan Ekonomi.....              | 137        |
| C. Gambaran Umum Jama’ah Tabligh.....                                | 139        |
| 1. Pengertian dan Sejarah Berdirinya.....                            | 140        |
| 2. Pemikiran, Doktrin dan Sifat Ideologi.....                        | 145        |
| 3. Penyebaran dan Pengaruh.....                                      | 151        |
| <b>BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                   | <b>152</b> |
| A. Deskripsi Data.....                                               | 152        |
| B. Pembahasan.....                                                   | 161        |
| <b>BAB VI: PENUTUP.....</b>                                          | <b>164</b> |
| A. Kesimpulan.....                                                   | 164        |
| B. Saran.....                                                        | 164        |
| C. Keterbatasan Penelitian.....                                      | 165        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                           | <b>166</b> |
| <b>;AMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                             |            |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Kerangka kegiatan *mu`amalat* secara garis besar dapat dibagi dalam tiga bagian besar, yaitu politik (السياسية) sosial (الاجتماعية) dan ekonomi (الاقتصادية).<sup>1</sup> Dari ekonomi dapat diambil tiga turunan lagi, yaitu: konsumsi, simpanan dan investasi. Dalam kegiatan konsumsi, bekal yang dimiliki manusia adalah berupa akal dan pikiran, yang berguna untuk menentukan pilihan yang terbaik dari berbagai alternatif pilihan yang ada. Sehingga apa yang menjadi tujuan konsumsi mereka dapat tercapai. Pada umumnya teori perilaku konsumen dalam ekonomi modern didasarkan pada pemikiran bahwa “Konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat”.<sup>2</sup> Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang cukup moderat tidak berlebihan yang tidak pula keterlaluhan.<sup>3</sup>

Seorang konsumen Muslim tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang dan penggunaan barang tahan lama. Perilaku ekonomi

---

<sup>1</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Gema Insani Press, Jakarta, 1999; 106.

<sup>2</sup> Gilarso, T. *Pengantar Ekonomi Bagian Makro Jilid I*, Kanisius, Yogyakarta, 1993; 77.

<sup>3</sup> QS, 7,31

konsumen muslim berpusat sekitar kepuasan yang dikehendaki oleh Tuhan.

Allah SWT berfirman:

قَالَ رَبِّ اَوْزِعْنِيْ اَنْ اَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِيْ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَاَنْ اَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَاَصْلِحْ لِيْ فِيْ ذُرِّيَّتِيْ اِنِّيْ ثُبْتُ بِكَ يَا اَرْحَمَ الرَّحِمِيْنَ

Artinya:

.....lalu ia (Luqman) berkata: Ya Tuhanku taufiqkanlah (tunjukkanlah hatiku) buat mengucapkan terima kasih atas karunia Engkau yang telah Engkau anugerahkan kepadaku dan kepada dua orang ibu bapakku dan supaya aku kerjakan amalan yang saleh yang Engkau sukai. Perbaikilah anak-anak cucuku (keturunanku). Sungguh saya tobat kepada Engkau dan saya masuk golongan orang-orang Islam.<sup>4</sup>

Hal ini berarti kepuasan seorang konsumen muslim tidak hanya sebagai fungsi jumlah barang yang dikonsumsi dan barang tahan lama yang dikuasai, akan tetapi juga sebagai fungsi dari sedekah. Seorang muslim menyadari bahwa :

اَلْمَالُ وَالْبَنُوْنَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَّاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ اَمَلًا

Artinya:

Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia, tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan.<sup>5</sup>

Seorang konsumen muslim mempunyai objek pengeluaran untuk derma

<sup>4</sup> QS 46:15

<sup>5</sup> QS 18:46

atau sedekah. Pengeluaran seperti ini tidak bisa dibandingkan dengan ekonomi non Islam. Tambahan lagi, pengeluaran untuk sedekah merupakan keharusan yang perlu dilakukan tanpa memandang apakah kepuasan maksimum dapat dicapai atau tidak. Lebih jauh, dengan tegas Al-Qur'an melarang perbuatan *tabdzir* dan *israf*.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.<sup>6</sup>

Surat lain menyatakan:



وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

Makanlah dan minumlah, namun janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebih.<sup>7</sup>

Doktrin Al-Qur'an ini secara ekonomi dapat diartikan mendorong terpupuknya surplus konsumsi dalam bentuk simpanan untuk dihimpun kemudian dipergunakan dalam membiayai investasi baik untuk perdagangan (*trade*), produksi (*manufacture*), dan jasa (*service*). Dalam konteks inilah kehadiran lembaga yang mampu menjadi perantara (*intermediate*) antara *unit supply* dengan *unit demand* sangat diharapkan.

<sup>6</sup> QS 17; 27

<sup>7</sup> QS 7; 31

Konsumsi adalah permintaan, sedang produksi adalah penyediaan. Kedua hal ini menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi manusia. Hal ini berarti bahwa kedua kegiatan tersebut merupakan hal primer di samping harus memperhatikan faktor ekonomi lainnya, seperti sirkulasi dan distribusi. Namun ada perbedaan pandangan yang jelas antara sistem konvensional dengan sistem ekonomi Islam. Perbedaan tersebut adalah terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistik semata dari pola konsumsi konvensional.

Semakin tinggi seseorang memiliki jenjang peradaban, semakin seseorang itu terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor-faktor psikologis, cita rasa seni, keangkuhan dan dorongan-dorongan untuk pamer. Semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriyah kongkrit dari kebutuhan-kebutuhan fisiologik.

Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana. Tetapi peradaban modern telah menghancurkan kesederhanaan manusia akan kebutuhan-kebutuhan ini. Peradaban materialistik dunia barat kelihatannya memperoleh kesenangan khusus dengan membuat semakin bermacam-macam dan banyaknya kebutuhan. "Kesejahteraan seseorang pun nyaris

diukur berdasarkan bermacam-macamnya sifat kebutuhan yang diusahakannya untuk dapat terpenuhi dengan upaya khusus".<sup>8</sup>

Sekarang ini, kemajuan berarti semakin tingginya tingkat hidup yang mengandung arti meluasnya kebutuhan-kebutuhan yang menambah perasaan ketidak puasan dan kekecewaan akan hal-hal sebagaimana adanya. Sehingga nafsu untuk mengejar tingkatan konsumsi yang semakin tinggi pun bertambah. Islam tidak mengakui kegemaran materialistik semata pada pola konsumsi modern. Oleh karena itu seseorang (manusia muslim) harus rasional dalam mengkonsumsi terhadap segala hal yang diciptakan oleh Allah untuk dimakan manusia. Selanjutnya konsumen muslim dalam membelanjakan atau mengkonsumsi barang atau harta harus berpihak pada .....tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir.<sup>9</sup>

Ayat di atas memiliki implikasi mendasar bagi seorang muslim pada umumnya dan anggota *Jama'ah Tabligh* tertentu. Implikasinya adalah bahwa seorang muslim atau anggota *Jama'ah Tabligh* dalam melakukan konsumsi. Sebab seorang muslim maupun mereka yang telah menjadi anggota *Jama'ah Tabligh* tertentu dalam kehidupannya selalu dipandu oleh nilai-nilai yang diajarkan oleh agama. Di samping adanya ajaran dari agamanya juga terdapat doktrin-doktrin yang diyakini oleh anggota jama'ah

---

<sup>8</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*, Robbani Press, Jakarta, 1997; 111.

<sup>9</sup> QS 25;67.

dalam menjalani hidup dan kehidupannya, termasuk di dalamnya adalah bagaimana anggota *Jama'ah Tabligh* itu melakukan konsumsi.

Di dalam perkembangannya Islam, berjalan sesuai dengan dinamika jaman. Perkembangan itu ditandai dengan munculnya gerakan keagamaan dan pemikiran. Gerakan ini memiliki akar ideologi dan penyebaran yang signifikan dengan jamannya. Di antara gerakan keagamaan dan pemikiran itu adalah : *'Ibadiyyah; al-Ikhwaniyyah; Orientalisme; Ismailiyyah; El Opus Dei; Instituto Secular; Babiyyah dan Baha'iyyah; Budhisme; Jama'ah Tabligh; sampai dengan Syi'ah Imamiyah (Duabelas)*<sup>10</sup>. Dengan kata lain, ada sekitar 31 gerakan keagamaan dan pemikiran yang ada di dunia ini, yang salah satunya adalah *Jama'ah Tabligh*.

Jama'ah Tabligh adalah sebuah jama'ah Islamiyah yang da'wahnya berpijak kepada penyampaian (*tabligh*) tentang keutamaan-keutamaan ajaran Islam kepada setiap orang yang dapat dijangkau. Jama'ah ini menekankan kepada setiap pengikutnya agar meluangkan sebagian waktunya untuk menyampaikan dan menyebarkan da'wahnya dengan menjauhi bentuk-bentuk kepartaian dan politik serta tidak ketinggalan pula dalam bidang ekonomi khususnya konsumsi.<sup>11</sup>

Dalam Jama'ah mereka, ditekankan pola konsumsi yang sangat sederhana penuh keikhlasan. Hal tersebut sangat tampak ketika mereka

<sup>10</sup> Lembaga Pengkajian dan Penelitian WAMI, 1993; 1-218

<sup>11</sup> WAMI, Ibid, 1993; 74-79

melakukan kegiatan tabligh yang dilakukan (*khuruj*) 3 hari dengan meninggalkan keluarga, sanak familinya dan tidak diperbolehkan minta bantuan kepada orang lain. Prioritas pembelanjaan konsumen dalam kehidupannya ditekankan pada pola prioritas kehidupan sahabat R.A, yaitu:

- a) Untuk agama, mencakup biaya *khuruj*, *maqam*, biaya *umroh* dan ibadah.
- b) Menyantuni orang-orang yang memerlukan dan c) Jika ada sisa, maka barulah untuk keperluan diri dan keluarga.<sup>12</sup>

Dari uraian di atas peneliti memandang sangat perlu dan penting untuk meneliti lebih lanjut tentang rasionalitas konsumen dalam perspektif Islam yang sesuai dengan fungsi tujuannya, dengan alasan bahwa manusia berpotensi melakukan perilaku penyimpangan konsep fungsi tujuan konsumen sehingga tidak mustahil akan berada pada tingkat *utilitas* yang berlebihan. Karena itu pula diperlukan konsep yang dianggap sempurna dan sesuai dengan teori perilaku konsumen muslim.

## B. Rumusan Masalah

Atas dasar latar belakang masalah di atas dan untuk mempermudah pembahasannya, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimanakah konsep tujuan konsumen rasional *Jama'ah Tabligh*?

Faktor-faktor apa yang mempengaruhi tingkat rasionalitas konsumen *Jama'ah*

---

<sup>12</sup> Syamsi Katili, tt, *Dakwah dan Fikir Rasulullah*; 113

*Tabligh?*

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, diketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konsep rasionalitas tujuan konsumen dalam perspektif Islam dan perbedaan tujuan konsumen muslim dengan lainnya, di mana aspek-aspek penting yang akan dikemukakan adalah:

Konsep tujuan konsumen rasional Jama'ah Tablig

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat rasionalitas konsumen *Jama'ah Tabligh?*



### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah intelektual terutama yang berasaskan Islam, dan selanjutnya dapat memberikan kontribusi pengembangan ekonomi Islam khususnya teori konsumen muslim. Dan dalam bentuk lebih praktis dapat digunakan sebagai acuan bagi para konsumen sendiri.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini dibagi menjadi 6 (enam) bab. Bab pertama terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat

penelitian dan sistematika pembahasan, di mana bab ini merupakan pendahuluan dari penelitian.

Pada bab dua menjelaskan kajian teoritik yang terdiri dari 3 (tiga) bahasan; pertama bahasan tentang konsumsi dalam ekonomi konvensional yang meliputi; teori perilaku konsumsi, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, permintaan konsumen, *total utility* dan *marginal utility*, dan kedua bahasan tentang konsumsi dalam perspektif Islam yang meliputi; dasar hukum perilaku konsumen, ketentuan Islam dalam konsumsi, teori konsumen muslim, kepuasan dan rasionalitas dalam konsumsi Dan ketiga pemaparan tentang kejian penelitian yang telah ada.

Pada bab tiga penulis memaparkan metode penelitian dengan cakupan, pendekatan penelitian, penentuan variabel pokok, penentuan populasi, penentuan sampel, metode dan tehnik pengumpulan data, instrumen penelitian dan tehnik analisis data.

Permasalahan diuraikan dan dibahas pada bab empat dan bab lima. Pada bab empat penulis akan mengkaji dan menganalisis data empirik Jama'ah Tablig di Desa Temboro tentang: yang meliputi: pertama, gambaran umum Desa Temboro yang mencakup; keadaan geografi, demografi, sosial dan ekonomi, serta keadaan pemerintahan. Kedua, gambaran umum tentang Jama'ah Tablig yang mencakup pengertian dan sejarah berdirinya, pemikiran, doktrin dan sifat idiologi, dan diakhiri dengan pemaparan tentang penyebaran dan kawasan pengaruhnya. Dan

pada bab lima penulis akan mengkaji dan menganalisis rasionalitas tujuan konsumsi *Jama'ah Tabligh* yang mencakup deskripsi data dan ditutup dengan bahasan.

Pada bab akhir (bab enam) dibuat kesimpulan dari pembahasan sebelumnya dan ditutup dengan keterbatasan dan saran penelitian lanjutan.

Bab ini merupakan penutup dari penelitian.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## BAB II

### KAJIAN TEORITIK

Bab ini diuraikan dengan tujuan mengetahui teori-teori dan konsep-konsep tentang konsumsi dalam ekonomi konvensional dan konsumsi dalam perspektif Islam serta kajian penelitian yang telah ada.

Untuk mencapai tujuan di atas pada bab ini akan dibahas pula teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengannya untuk lebih melengkapi dan sempurna.

Agar pembahasan ini dapat mudah dilakukan, maka pada bab ini akan dibagi menjadi: (A). Konsumsi dalam ekonomi konvensional yang mencakup; (1) Teori perilaku konsumsi (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi (3) Permintaan konsumsi (4) *Total Utility* dan *Marginal Utility* (B) Konsumsi dalam perspektif Islam, yang mencakup; (1) Dasar hukum perilaku konsumen (2) Ketentuan Islam dalam Konsumsi (3) Teori Konsumen Muslim (4) Kepuasan dan Rasionalitas dalam Konsumsi (5) Motif dan Tujuan Perilaku Konsumen, dan dilanjutkan pada (C) Kajian penelitian yang telah ada yakni penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh para pakar ekonomi, baik konvensional maupun Islam.

## A. Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional

### 1. Teori Perilaku Konsumsi

Pada umumnya teori perilaku konsumsi dalam ekonomi konvensional didasarkan pada pemikiran bahwa konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat.<sup>1</sup> Kalau produksi diartikan “menciptakan *utility*” dalam bentuk barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, maka konsumsi berarti memakai/menggunakan *utility* itu untuk memenuhi kebutuhan.

Dalam teori ekonomi konvensional, bahwa konsumen dianggap sebagai manusia rasional yang didefinisikan oleh Kraf. Knight sebagai “...seseorang yang mengetahui apa yang dikehendakinya dan menyusun tingkah lakunya dengan sadar, agar mendapat apa yang dikehendakinya”.<sup>2</sup> Pendapat lain menyatakan bahwa manusia rasional adalah manusia yang berusaha mencapai rasionalitas perilaku konsumen, hal tersebut kemudian dapat dilihat dari asumsi yang dikembangkan oleh Nichalson (1991), antara lain:

1. Asumsi setiap orang yang rasional akan memilih barang yang disenangi.
2. Asumsi bahwa menguasai barang lebih banyak lebih baik daripada barang lebih sedikit.

<sup>1</sup> T. Gilarso, *Ibid*;77

<sup>2</sup> M. Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Bumi Aksara , Jakarta, 1991;96

3. Asumsi bahwa orang akan memperoleh kepuasan maksimal apabila seluruh uangnya/pendapatannya telah habis dibelanjakan.

Dari asumsi-asumsi di atas dapat dilihat adanya tujuan konsumen rasional dari kegiatan konsumsinya, yaitu untuk memaksimumkan kepuasan (kepuasan materiil), di mana maksimalisasi (usaha untuk memaksimumkan) kepuasan mengandung pengertian “....seseorang akan memilih kombinasi barang yang mempunyai tingkat pertukaran fisik sama dengan tingkat pertukarannya di pasar.”<sup>3</sup>

Boediono (1982) menjelaskan bahwa perilaku konsumen yang paling sederhana didapati dalam Hukum Permintaan, yang menyatakan bahwa “....bila harga suatu barang naik, maka *ceteris peribus* jumlah yang diminta konsumen akan barang tersebut turun.” Dan sebaliknya bila harga tersebut turun, *ceteris peribus* berarti bahwa semua faktor-faktor lain yang mempengaruhi jumlah yang diminta dianggap tidak berubah. Lebih lanjut dikatakan bahwa ada dua pendekatan (*approach*) yang digunakan untuk “Hukum Permintaan”, yaitu yang dikenal dengan nama Pendekatan Marginal *Utility* dan Pendekatan *Indifference Curve*.<sup>4</sup> Kedua pendekatan ini pada dasarnya mencoba menjelaskan hukum permintaan dengan cara menelusuri apa yang ada di balik kurve permintaan.

<sup>3</sup> Walter Nicholson, *Teori Ekonomi Makro*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 1991;45.

<sup>4</sup> Boediono, *Ekonomi Mikro*, BPFE, Yogyakarta, 1998;18.

Teori *utility* berpangkal dari “hasil” yang diperoleh konsumen bila ia membelanjakan uangnya untuk membeli barang dan jasa, yaitu terpenuhinya kebutuhan karena *utility* atau manfaat barang yang dikonsumsi.

Menurut teori ini, seorang konsumen yang bertindak secara rasional akan membagi-bagikan pengeluarannya atas bermacam-macam barang sedemikian rupa sehingga tambahan kepuasan yang diperoleh per rupiah yang dibelanjakan itu sebesar mungkin.

Lebih lanjut Bentham mendefinisikan pendekatan *utilitas*, yaitu “pendekatan yang memakai prinsip-prinsip *utilitas*” benar-benar paham dalam mencapai kesenangan, kebaikan atau kebahagiaan hidup atau dalam mencegah hal-hal yang menyedihkan, kejahatan atau kesusahan.<sup>5</sup>

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

---

<sup>5</sup> Samuelson PA dan William D. Nordhaus, *Micro Ekonomi*, Edisi XIV, Erlangga Jakarta 1997; 45.

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

Dalam posisi demikian, maka setiap konsumen harus berperilaku konsumsi secara rasional. Konsumen yang bertindak rasional menyadari bahwa dengan penghasilannya yang terbatas ia tidak mungkin membeli semua barang dan jasa yang diinginkan. Oleh karena itu ia akan membagi-bagikan pengeluaran uangnya untuk membeli berbagai barang/jasa sedemikian rupa hingga uang terakhir yang dibelanjakan untuk membeli suatu barang memberi *marginal utility* yang sama, entah dikeluarkan untuk membeli barang yang satu atau barang yang lain. Kalau keadaan demikian itu tercapai, konsumen dikatakan mencapai keseimbangan (*equilibrium*). Jadi, kepuasan yang diperoleh dari konsumsi setiap macam barang atau jasa itu proporsional dengan harganya bila penghasilan habis dibelanjakan untuk membeli segala macam barang atau jasa yang dibutuhkan. Dengan kata lain, kepuasan yang diperoleh dari konsumsi setiap macam barang atau jasa itu proporsional dengan harganya bila penghasilan habis dibelanjakan untuk membeli segala macam barang dan jasa yang dibutuhkan.

Bila diperhatikan dengan seksama tampak jelas bahwa teori (pendekatan) *indifference curve* mempunyai keunggulan bila

dibandingkan dengan pendekatan (teori) *marginal utility*. Keunggulan tersebut adalah: (a) Tidak perlunya menganggap bahwa *utility* konsumen bersifat *cardinal*, (b) Efek perubahan harga terhadap jumlah yang diminta bisa dipecah lebih lanjut menjadi dua, yaitu efek *substitusi* (*substitution effect*) dan efek pendapatan (*income effect*).<sup>6</sup>

Lebih lanjut dikatakan bahwa keunggulan lain dari pendekatan *indifference curve* adalah bisa ditunjukkannya beberapa faktor lain yang sangat penting yang mempengaruhi permintaan konsumen akan sesuatu barang. Faktor tersebut adalah:

1. Penghasilan atau *income* konsumen
2. Perubahan harga barang lain
3. Selera konsumen<sup>7</sup>

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Teori ekonomi mengenai perilaku konsumsi berpangkal dari pengertian *utility* atau kepuasan yang diperoleh konsumen dari konsumsi barang dan jasa. Konsumen bertindak rasional dan berusaha memaksimalkan kepuasannya dalam batas-batas yang ditentukan oleh pendapatan yang tersedia dan harga-harga yang berlaku. Konsumen dianggap mengetahui kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-

<sup>6</sup> Boediono, *Op Cit*; 23.

<sup>7</sup> Boediono, *Ibid*; 24-25.

keinginannya, tahu keadaan pasar dan harga yang berlaku, atau besarnya penghasilan yang tersedia dan dapat menentukan sikapnya secara objektif terhadap segala barang/jasa yang akan dikonsumsi<sup>8</sup>

Perilaku konsumen yang satu dengan yang lain tentu akan berbeda selama faktor-faktor yang mempengaruhi berbeda, menurut T Gilarso (1993) faktor-faktor tersebut dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu: individual, ekonomi, sosial dan kebudayaan.<sup>9</sup>

### 1. Faktor Individual:

Setiap orang mempunyai sifat, bakat, minat, motivasi dan selera sendiri. Pola konsumsi mungkin juga dipengaruhi oleh faktor emosional. Dengan kata lain bahwa perilaku individual banyak terpengaruh oleh kejiwaan seseorang. Di samping itu ada faktor individual yang dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, jenis kelamin dan lingkungan yang mempengaruhinya.

### 2. Faktor Ekonomi:

Bila kita berbicara tentang ekonomi berarti berbicara tentang kebutuhan pokok (*basic needs*) atau kebutuhan hidup pokok, yaitu

---

<sup>8</sup> Gilarso, *Op Cit*;99.

<sup>9</sup> T. Gilarso, *Ibid*

kebutuhan yang minimal harus dipenuhi untuk dapat hidup sebagai layaknya manusia. Hal ini pertama-tama mencakup kebutuhan primer atau kebutuhan fisik minimum secara kuantitatif: makanan, pakaian dan perumahan. Semakin tercukupinya kebutuhan-kebutuhan dimaksud semakin tinggi kecenderungan untuk mengkonsumsi barang. Di samping itu harga barang dan pendapatan serta permintaan juga ikut berpengaruh terhadap keluarga. Hal lain yang ikut berpengaruh terhadap permintaan adalah (a) Lingkungan fisik (panas, dingin, basah, kering dsb.) (b) Kekayaan yang sudah dimiliki (c) Pandangan/harapan mengenai penghasilan di masa yang akan datang (d) Besarnya keluarga (e) Tersedia tidaknya kredit murah untuk konsumsi (Reparasi, Bank).

### 3. Faktor Sosial:

Manusia tidak hidup hanya dari terpenuhinya kebutuhan ekonomi. Sebagai makhluk sosial ia menginginkan terpenuhinya kebutuhan sosial yakni kebutuhan yang timbul karena tuntutan hidup bersama dalam masyarakat. Kedudukan tertentu dalam masyarakat mengharuskan orang mempunyai atau melaksanakan berbagai hal supaya dipandang layak atau biasa. Dan, bahkan gaya hidup orang kaya menjadi contoh yang suka diti

ru oleh golongan masyarakat lainnya (*demonstration effect*). Misalnya, membeli barang justru yang harganya mahal, kompetisi dengan tetangga yang masih terlihat di masyarakat kita dan pengaruh iklan yang ternyata kuat sekali.

#### 4. Faktor Kebudayaan:

Seorang antropolog, yaitu EB. Tylor dalam tahun 1871 memberikan definisi mengenai kebudayaan sebagai berikut:

“Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan lain kemampuan-kemampuan serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat.”<sup>10</sup>

Selo Sumardjan dan Sulaeman Soemardi merumuskan kebudayaan sebagai semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah (*material culture*) yang diperlukan oleh manusia untuk menguasai alam sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat diabadikan pada keperluan masyarakat.<sup>11</sup>

Rasa yang meliputi jiwa manusia, mewujudkan segala kaidah-kaidah dan nilai-nilai kemasyarakatan yang perlu untuk mengatur

<sup>10</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Press, Jakarta, 1987;154.

<sup>11</sup> Soerjono Soekanto, *Ibid*, 155.

masalah-masalah kemasyarakatan dalam arti yang luas. Di dalamnya termasuk misalnya, agama, ideologi, kebatinan/kepercayaan, kesenian dan semua unsur yang merupakan hasil ekspresi dari jiwa manusia yang hidup sebagai anggota masyarakat, merupakan pertimbangan membuat keputusan untuk konsumsi. Misalnya, keperluan korban, pakaian, peringatan kematian, kebiasaan berhutang dll.

Lumbantoruan dan Soewartoyo (1992) mengemukakan bahwa paling tidak ada 2 (dua) macam faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi, yaitu: faktor *ekstern*, yang meliputi kebudayaan dan sosial, dan faktor *intern* meliputi pribadi dan psikologi.

### 1. Faktor Ekstern

Faktor ekstern adalah faktor-faktor dari luar yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor ini mencakup kebudayaan dan sosial.

#### (a) Kebudayaan:

Kebudayaan lahir bersamaan dengan lahirnya manusia. Hal tersebut berarti bahwa hampir seluruh tindakan manusia adalah kebudayaan. Salah satu tindakan tersebut adalah interaksi sosial yaitu hubungan timbal balik antarmanusia. Dari interaksi sosial inilah perilaku manusia akan dipengaruhi oleh kebudayaan yang ada.

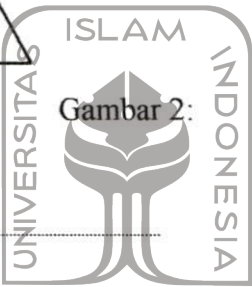
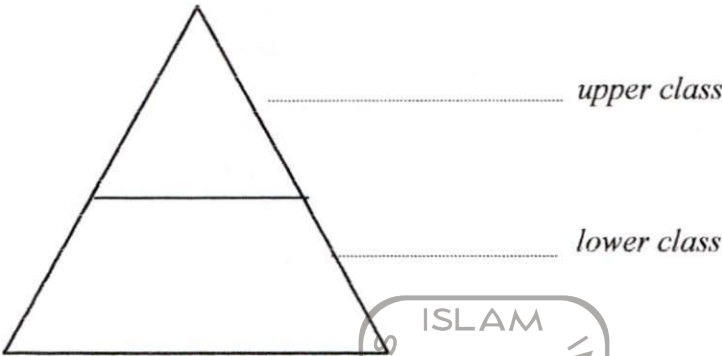
Faktor kebudayaan dapat dibedakan menjadi kebudayaan itu sendiri dan kelas sosial di mana masing-masing sub kebudayaan memberi pengaruh kepada yang lain terutama dalam memilih keperluan/kebutuhan hidup seperti; makanan, pakaian dan tempat tinggal. Begitu juga kelas sosial yang biasanya terjadi karena adanya perbedaan tingkat pendapatan atau kemampuan ekonomi, tingkat pendidikan, jabatan, jenis kelamin dan usia. Kelas sosial dapat diidentifikasi menjadi sebagai berikut;

- (1) Masyarakat terdiri dari kelas atas (*upper class*) dan kelas bawah (*lower class*).
- (2) Masyarakat terdiri dari 3 (tiga) kelas ialah kelas atas (*upper class*), kelas menengah (*middle class*) dan kelas bawah (*lower class*).
- (3) Masyarakat terdiri dari; kelas atas kelas atas (*upper class*), kelas menengah (*middle class*) dan kelas menengah bawah (*lower middle class*) dan kelas bawah (*lower class*).

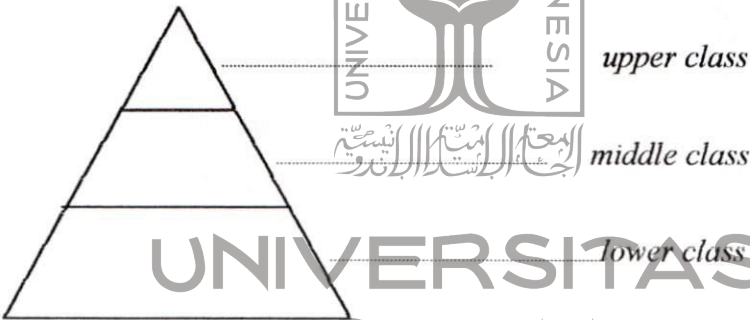
Pada umumnya golongan yang mendahului kelas bawah lebih banyak jumlah orangnya daripada kelas menengah, demikian seterusnya semakin tinggi golongannya semakin sedikit jumlah orangnya. Dengan demikian sistem pelapisan masyarakat (kelas

sosial) itu mengikuti bentuk piramid.<sup>12</sup> Bilamana digambar kurang lebih berbentuk sebagai berikut:

Gambar 1:

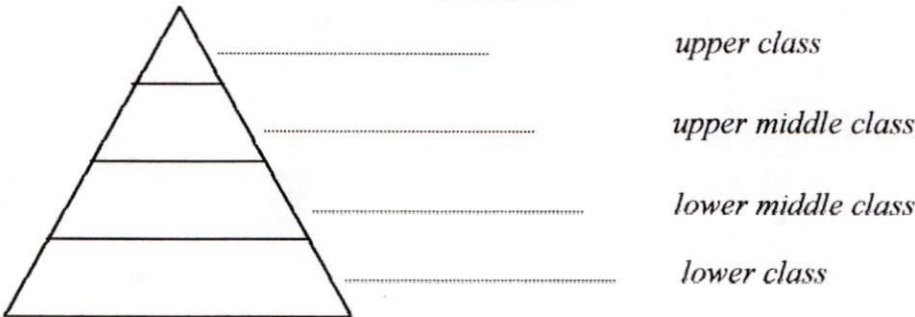


Gambar 2:



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Gambar 3:



<sup>12</sup> Abu Ahmadi, *Ilmu Sosial Dasar*, Bina Aksara, Jakarta, 1998; 198-199.

## (b) Sosial

Aristoteles telah menegaskan bahwa makhluk hidup yang tidak hidup dalam masyarakat adalah ia sebagai malaikat atau seekor hewan<sup>13</sup>

Dari ungkapan tersebut dapat dipahami bahwa manusia tidak mungkin dapat dengan baik tanpa mengadakan interaksi sosial dengan manusia lain.

Dalam faktor sosial ini terdapat 3 (tiga) subfaktor, yaitu:

a) **Kelompok acuan**, adalah kelompok yang sudah berinteraksi

dengan individu dan saling mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung. Kelompok yang berpengaruh langsung disebut kelompok primer seperti, suami, istri, orang tua, anak dan sebagainya. Kelompok yang tidak langsung memberi pengaruh langsung disebut kelompok sekunder, seperti lembaga, organisasi dan lain-lain. Sedangkan kelompok aspirasi, adalah kelompok yang menjadi idola dan mengilhami individu-individu untuk memilih produk tertentu. Contoh dari kelompok ini adalah bintang film.

---

<sup>13</sup> Abu AHmadi, *Ibid*, 18

### **b) Kelompok Keluarga**

Keluarga adalah unit/satuan masyarakat yang terkecil yang sekaligus merupakan suatu kelompok kecil dalam masyarakat di mana akan melahirkan dan mempengaruhi individu dengan berbagai macam bentuk kepribadiannya dalam masyarakat.<sup>14</sup> Kelompok keluarga ini akan mempengaruhi individu dengan 2 (dua) pengaruh, (a) orientasi memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap tingkah laku individu (*individual behavior*) seperti, pengaruh terhadap politik, agama, ambisi pribadi dan ekonomi, dan (b) prokreasi memberi pengaruh dominan dalam melakukan pembelian terhadap barang-barang untuk rumah tangga.

### **c) Peran dan Status**

Peran dan status terbentuk karena adanya prestise dan derajat sosial. Peran adalah dinamika dari kedudukan atau penggunaan dari hak dan kewajiban. Sedangkan status adalah kumpulan hak dan kewajiban. Keduanya saling terkait dengan kehidupan manusia dan memberi pengaruh bagi perilaku

---

<sup>14</sup> Abu Ahmadi, *Ibid*:87.

berstatus berbeda pula dalam situasi dan kondisi yang berbeda, sehingga perilaku konsumsinya pun akan berbeda. Contohnya saat orang menjadi dosen, maka ia akan membeli pakaian model jas lengkap dengan dasinya. Pada saat ia pensiun dan mamutuskan untuk menjadi petani, ia akan membeli pakaian petani untuk bekerja di sawah.

### (c) Pribadi

Faktor pribadi ini menyangkut usia, pekerjaan, gaya hidup dan lingkungan ekonomi. Seorang anak berusia di bawah tiga tahun akan berbeda dengan anak yang berusia di atas sepuluh tahun dalam mengkonsumsi barang (makanan). Seorang petani akan membeli barang-barang pertanian untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan seorang ahli mesin akan membeli barang/alat-alat yang berhubungan dengan mesin yang diperbaikinya untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan orang yang mempunyai gaya hidup mewah akan membeli barang mewah atau mengkonsumsi barang mewah, makan yang enak dan pakaian yang mahal/ yang elit. Begitu pula yang hidup dalam lingkungan ekonomi yang elit akan cenderung membeli (mengkonsumsi) barang yang mewah, dan yang hidup di lingkungan ekonomi masyarakat bawah akan cenderung membeli sesuatu yang sederhana.

#### (d) Psikologis

Dalam faktor ini ada 4 (empat) hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi; pertama, dorongan untuk memuaskan keinginan atas kebutuhan seseorang (motivasi).<sup>15</sup> Bila seseorang mempunyai kecenderungan untuk mengaktualisasi dirinya, maka ia akan cenderung selektif dalam menentukan apa yang dimakan atau apa yang akan dipakai dalam pemenuhan kecenderungannya. Dan sebaliknya dalam pemenuhan kebutuhan fisik ia tidak akan membelanjakan pendapatannya untuk rekreasi. Kedua, tanggapan/pandangan individu atas informasi atau rangsangan yang diterima inderanya disebut persepsi. Dalam setiap pemenuhan kebutuhan, seseorang biasanya mempunyai persepsi yang baik dan sebaliknya, ia tidak akan membelanjakan/membeli barang atau makan suatu makanan bila barang tersebut tidak baik dan lezat. Ketiga, proses mengambil kesimpulan masa lalu disebut proses belajar.

Seseorang tidak akan membelanjakan pendapatannya untuk produk tertentu karena ia mempunyai pengalaman tidak baik terhadap produk tersebut.

---

<sup>15</sup> DEPDIBUD, 1994; 160

Keempat, keyakinan dan sikap seseorang. Hal ini akan mempengaruhi kepercayaan terhadap suatu produk. Misalnya seseorang yang berkeyakinan bahwa produk Ajinomoto itu mengandung enzim babi, maka ia tidak akan membeli penyedap masakan tersebut.

### 3. Permintaan Konsumen

Untuk hidup layak dalam masyarakat, orang membutuhkan aneka ragam barang dan jasa. Dengan kata lain, ia harus merencanakan anggaran pendapatan untuk membeli barang-barang tersebut. Lebih lanjut Gilarso (1993) menyatakan, "Berapa dari suatu barang tertentu yang dibeli oleh masyarakat tergantung dari berbagai faktor; berapa jumlah pembeliannya, berapa banyak uang yang mereka miliki untuk dibelanjakan, berapa mahal barang-barang itu, berapa harga barang-barang lain." Armand Sudiono lebih lanjut menyatakan bahwa jumlah yang diminta merupakan komoditi total yang ingin dibeli dengan catatan bahwa jumlah yang dibeli merupakan kuantitas yang diinginkan. Ini berarti jumlah di mana orang bersedia membeli barang tertentu untuk komoditi barang itu dan kuantitas yang diminta merupakan pembelian kontinyu.<sup>16</sup> Dari uraian di atas dapat

---

<sup>16</sup> Armand Sudiono, *Mikro Ekonomi*, Bina Ilmu, Surabaya, 1990;1.

disimpulkan bahwa permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan dapat dibeli oleh konsumen pada pelbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris Peribus*).<sup>17</sup> Dapat diringkas menjadi “Butuh/Ingin + Mau + Mampu = Permintaan” (*afektif*). Gossen menyatakan bahwa “harga yang lebih tinggi jumlah produk yang diminta akan turun, dan begitu pula sebaliknya, dan terdapat hubungan yang terbalik antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta,” yang kemudian dikenal dengan hukum Gossen<sup>18</sup> melengkapi pendapat sebelumnya bahwa “... bilamana syarat permintaan tetap konstan, maka jumlah suatu benda diminta akan lebih besar, semakin rendah harganya.”

Permintaan konsumen menunjuk pada fakta bahwa kalau harga suatu barang naik, jumlah yang akan dibeli cenderung menjadi lebih sedikit, sedang kalau harga turun, jumlah yang mau dibeli oleh masyarakat akan lebih banyak. Ada 3 (tiga) alasan yang dapat menjelaskan gejala tersebut:

### 1. Pengaruh Penghasilan (*income effect*)

Kalau harga barang suatu barang naik, maka dengan jumlah penghasilan uang yang sama orang terpaksa hanya dapat membeli

---

<sup>17</sup> T. Gilarso, Op Cit, 15-16.

<sup>18</sup> Winardi, *Aliran-aliran Ekonomi Modern*, Alumni, Bandung, 1981; 29.

barang lebih sedikit. Sebaliknya jika harga barang itu turun, dengan penghasilan yang sama orang dapat membeli lebih banyak dari barang yang bersangkutan, sebab penghasilan riilnya naik. Misalnya pada harga beras Rp. 2000,-/kg, dapat membeli 50 kg beras per bulan. Tetapi kalau harga beras naik menjadi Rp. 3000,-/kg, dengan jumlah uang yang sama mereka hanya dapat membeli 40 kg beras per bulan.

## 2. Pengaruh Substitusi (*substitution effect*)

Jika harga suatu barang naik, orang akan mencari barang lain yang fungsinya sama tetapi harganya lebih murah.

## 3. Penghargaan Subjektif

Tinggi rendahnya harga barang yang tersedia dibayar oleh konsumen untuk barang tertentu mencerminkan kegunaan atau kepuasan (*marginal*) yang diperolehnya dari konsumsi barang tersebut.<sup>19</sup> Misalnya, andaikan seseorang hanya mempunyai satu buah kendaraan (mobil) saja, maka ia akan menilai kendaraannya (mobil) itu lebih daripada seandainya ia mempunyai sepuluh mobil. Kalau mobilnya itu rusak ia akan bersedia mengeluarkan uang

---

<sup>19</sup> T. Gilarso, *Op Cit*; 19

kerugian besar kalau salah satu mobilnya rusak dan ia tidak begitu bersedia mengeluarkan uang untuk membeli mobil lebih banyak lagi. Jadi, makin banyak dari satu macam barang tertentu yang telah dimiliki, makin rendah penghargaan terhadap barang itu. Senada dengan Richard G. Lipsey, dkk (1992), menerangkan bahwa perubahan permintaan ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: harga barang itu sendiri, rata-rata penghasilan rumah tangga, harga barang lain yang terkait, distribusi pendapatan di antara rumah tangga, dan besar populasi.

Harga barang itu sendiri akan mempengaruhi permintaan apabila harga barang itu sendiri meningkat, maka jumlah barang itu sendiri yang diminta akan mengalami penurunan dan begitu pula sebaliknya, apabila harga barang itu sendiri menurun, maka jumlah barang tersebut yang diminta akan cenderung mengalami kenaikan. Sedangkan harga barang lain yang akan mempengaruhi permintaan apabila:

1. Harga barang A menaikkan harga barang B, (barang substitusi) sebaliknya jika barang lain naik, maka jumlah barang yang diminta naik dan jika harga lain turun, maka jumlah barang yang diminta akan turun.

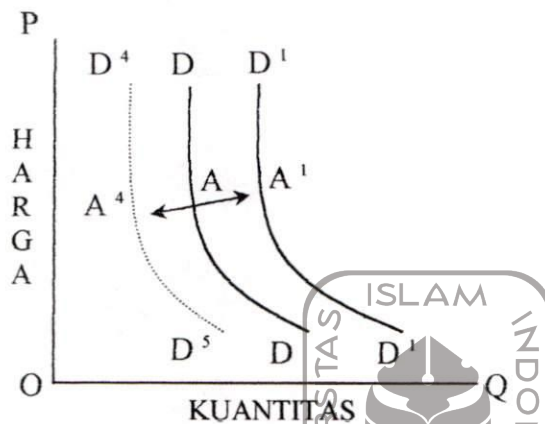
2. Barang lain yang merupakan barang pelengkap (*komplementer*) yakni kenaikan harga barang A akan menurunkan permintaan barang pelengkap B.
3. Barang bebas (*independence*), yakni barang lain merupakan barang bebas, seperti kopi dan tutup telinga di mana harga salah satu barang

Selain kenaikan harga ada faktor lain yang mempengaruhi permintaan, yaitu kenaikan pendapatan yang cenderung menaikkan barang yang akan dibeli. Barang-barang kebutuhan pokok cenderung kurang responsif terhadap perubahan pendapatan dibandingkan dengan barang lainnya, sedangkan barang mewah cenderung lebih responsif terhadap pendapatan. Namun, terdapat beberapa jenis barang yang sifatnya tidak biasa, dan dikenal sebagai barang *interior*, di mana jumlah yang diminta akan turun sejalan dengan peningkatan pendapatan karena kini orang mampu mendapatkan barang lain yang lebih diinginkan guna menggantikannya. Gaplek, ubi, dan singkong adalah contoh barang *interior* yang kita kenal dewasa ini.

Kurva pada gambar ini melukiskan perubahan yang dimaksud.

Gambar: 4

## Pergeseran Kurva Permintaan



Gambar: Kurva permintaan akan bergeser apabila pendapatan atau harga barang lain berubah.

Begitu pendapatan naik, konsumen menginginkan lebih banyak barang seperti kopi misalnya, sehingga menggeser kurva DD Ke  $D^1$   $D^1$ . Demikian pula, naiknya harga substitusi akan menggeser kurva permintaan kopi DD ke  $D^1$   $D^1$ .

Dari faktor-faktor di atas, dapat dilihat bahwa perubahan (sesuatu) tertentu akan mengakibatkan faktor (sesuatu) yang lain mengalami perubahan, dengan perubahan lain reaksi pembeli (dalam jumlah yang mau dibeli) bila ada perubahan harga, atau peka tidaknya jumlah yang mau dibeli terhadap perubahan harga, bila konsumen peka terhadap perubahan harga suatu barang, permintaan akan barang itu disebut elastis, artinya perubahan harga yang kecil menyebabkan perubahan yang relatif (lebih) besar dalam jumlah yang diminta.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> T. Gilarso, *Ibid*, 43.

Lebih lanjut Gilarso menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan itu adalah:

#### 1. Jumlah Pembeli

Hal ini dapat terjadi misalnya karena penambahan penduduk, perbaikan jalan/transportasi sehingga barang tertentu dapat terjual di daerah lain, berhasilnya usaha promosi/periklanan dan sebagainya. Misalnya pada awal tahun pelajaran baru permintaan akan alat-alat tulis makin bertambah.

2. Desak penghasilan yang tersedia untuk dibelanjakan jelas berpengaruh sekali terhadap permintaan. Dari penghasilan yang lebih tinggi orang akan dapat membeli lebih banyak dari segala macam barang dan jasa, kecuali barang-barang yang permintaannya kurang bila penghasilan konsumen naik (*inferior goods/giffen goods*) misalnya orang miskin yang terpaksa hanya makan gaplek/jagung.

3. Harga barang lain mempengaruhi permintaan misalnya: barang pelengkap (*substitut*), barang-barang pelengkap (*complement*), dan barang lepas (*independent*).

4. Musim, selera, mode, kebiasaan, perubahan zaman dan lingkungan

sosial. Misalnya permintaan payung pada musim hujan, mode pakaian, dan barang-barang elektronik (barang-barang yang dipandang sebagai barang mewah).

5. Harapan/pandangan tentang massa yang akan datang dan faktor-faktor

psikologis lainnya dapat mempengaruhi masyarakat. Misalnya adanya berita-berita akan terjadinya kenaikan harga.<sup>21</sup>

Adapun adanya perbedaan sifat elastisitas antara barang yang satu dengan barang yang lain, dapat dijelaskan sebagai akibat adanya hal-hal yang mempengaruhi permintaan. Hal tersebut dikarenakan adanya:

### 1. Jenis Barang

Misalnya kebutuhan produk bersifat inelastis, sedang kebutuhan akan barang mewah bersifat elastis.

### 2. Adanya Barang Substitusi

Bila barang-barang substitusi berjumlah banyak, maka akan bersifat elastis dan jika jumlahnya sedikit bersifat inelastis.

### 3. Proporsi pengeluaran (bagian dari pengeluaran total)

---

<sup>21</sup> T. Gilarso, *Ibid*, 22-23.

Bila proporsi pengeluaran semakin besar, maka bersifat elastis dan bila semakin kecil, maka bersifat inelastis.

**4. Jangka Waktu;** semakin lama pola konsumsi seseorang, maka bersifat

elastis dan jika semakin pendek bersifat inelastis.

#### 4. Total Utility dan Marginal Utility

Salah satu tujuan utama Ilmu Ekonomi adalah untuk menjelaskan dasar-dasar perilaku konsumen. Samuelson (1992) menyatakan bahwa utilitas atau lebih tepatnya kata itu mengacu kepada kesenangan atau kegunaan obyektif yang dirasakan oleh seseorang dari mengkonsumsi sesuatu barang atau jasa. Sedangkan marginal merupakan istilah pokok dan selalu digunakan dalam pengertian “tambahan”. Misalkan, seseorang mengkonsumsi satu es krim, maka ia akan mendapatkan tingkat kepuasan atau utilitas tertentu dan bila ia mengkonsumsi es krim kedua, maka ia akan memperoleh tambahan kepuasan atau utilitas marginal.

Teori utilitas modern bersumber dari paham utilitarisme yang salah satu dari aliran besar dari pemikiran intelektual Barat pada dua abad yang lalu. Seorang Daniel Bernoulli, yang pertama kali memunculkan hukum ini, karena ia melihat bahwa orang bertindak

seolah-olah uang yang kemungkinan akan mereka menangkan dalam suatu taruhan tidaklah berarti dibandingkan uang yang kemungkinan akan raib karena kalah taruhan. Ini berarti bahwa mereka cenderung menghindari resiko, dan setiap tambahan kekayaan memberikan utilitas yang bagi mereka semakin berkurang. Tokoh-tokoh lain yang berperan dalam teori ini seperti Jeremy Bantham (1748 – 1831) dan William Stenley Jevons (1835 – 1882).<sup>22</sup>

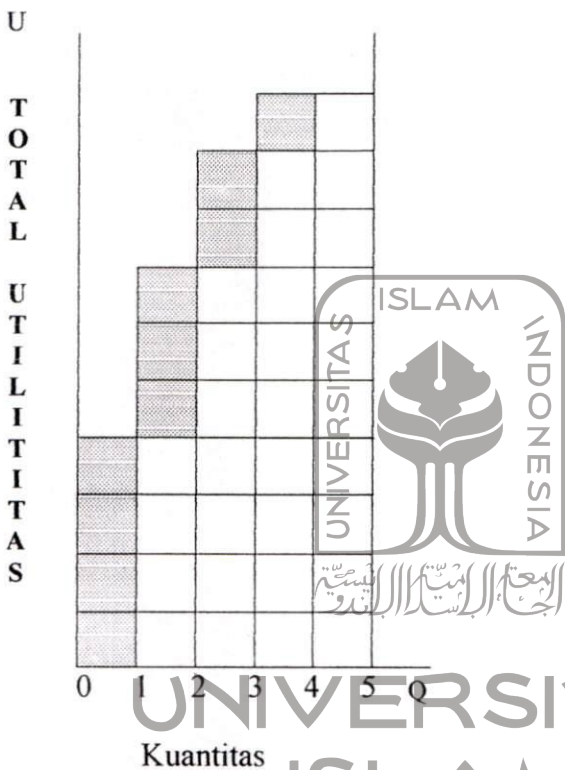
Para pakar ekonomi telah menemukan teori yang bisa dianalogikan dengan hukum hasil yang lebih yang semakin berkurang (hukum utilitas marginal yang semakin berkurang). Hukum ini menyatakan bahwa jumlah tambahan utilitas marginal akan menurun ketika seseorang semakin banyak mengkonsumsi barang yang sama. Dasar dari hukum ini adalah utilitas cenderung naik apabila seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang. Akan tetapi menurut hukum utilitas marginal yang semakin berkurang (*law of diminshing marginal utility*), semakin banyak seseorang mengkonsumsi barang, total utilitas akan tumbuh dengan laju yang semakin menurun. Pertumbuhan total utilitas menjadi lambat karena utilitas marginal semakin berkurang sejalan dengan semakin banyaknya unit barang yang dikonsumsi.

---

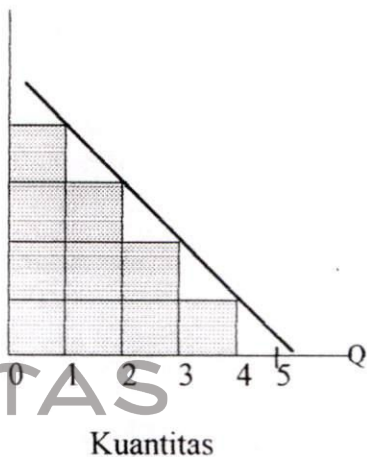
<sup>22</sup> Samuelson, *Op Cit*, 104

Konsep ini dapat diilustrasikan secara menarik dalam tabel sebagai berikut:

Gambar: 5  
Tabel Total Utilitas (5)



Gambar: 6  
Tabel Utilitas Marginal (6)



| $1_1$<br>Kuantitas<br>Barang yang dikonsumsi | $2_1$<br>Total<br>utilitas | $3_1$<br>Utilitas<br>Marginal |
|----------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 0                                            | 0                          |                               |
| 1                                            | 4                          | 4                             |
| 2                                            | 7                          | 3                             |
| 3                                            | 9                          | 2                             |
| 4                                            | 10                         | 1                             |
| 5                                            | 10                         | 0                             |

Tabel tersebut menunjukkan dalam kolom (2) bahwa total utilitas (U) akan naik sejalan dengan kenaikan konsumsi (Q) tetapi dengan laju pertumbuhan yang semakin menurun kolom (3) mengukur utilitas marginal sebagai utilitas tambahan yang diperoleh dari mengkonsumsi satu unit tambahan barang. Jadi apabila seseorang mengkonsumsi dua unit barang, utilitas marginalnya adalah  $7 - 4 = 3$  unit utilitas.

Tabel dalam kolom (3) (Gambar 5) menunjukkan tingkat total utilitas dan utilitas marginal secara grafik. Pada bagian (5) kotak yang diarsir menunjukkan total utilitas pada setiap tingkat konsumsi. Lebih lanjut kurva lengkung (berwarna hitam) menunjukkan tingkat utilitas untuk setiap unit konsumsi. Tampak bahwa utilitas bertambah naik, tetapi dengan laju yang semakin berkurang.

Tabel pada gambar (6) menunjukkan utilitas marginal. Setiap kotak yang diarsir menunjukkan angka utilitas marginal yang sama besarnya dengan tambahan total utilitas pada (a). Garis lurus di (b) menunjukkan kurva utilitas marginal.

Hukum utilitas marginal yang semakin berkurang menyiratkan bahwa kurva utilitas marginal (UM) dalam gambar (6) pasti memiliki kemiringan negatif.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Samuelson, *Ibid*; 103

### **(5) Hubungan antara Total Utilitas-utilitas Marginal**

Dengan menggunakan gambar di atas (7) dapat dengan mudah melihat bahwa total utilitas dari mengkonsumsi sejumlah tertentu barang sama dengan jumlah seluruh utilitas marginal yang diperoleh hingga ke titik tersebut, sebagai contoh; diasumsikan bahwa seseorang mengkonsumsi 3 (tiga) unit barang. Kolom C pada tabel menunjukkan bahwa total utilitas adalah 9 (sembilan) unit. Pada kolom (3) tampak bahwa jumlah dari utilitas marginal ke konsumsi 3 (tiga) unit barang adalah juga  $4 + 3 + 2 = 9$  unit.

Dengan mengamati gambar (6) diketahui bahwa luas daerah di bawah kurva utilitas marginal untuk tingkat konsumsi tertentu pasti sama dengan tinggi kurva total utilitas untuk unit konsumsi yang sama pada gambar (a).

Dari ilustrasi tersebut dapat diketahui bahwa hubungan (TU) dan (UM) adalah jumlah seluruh utilitas marginal yang diperoleh hingga ke titik tertentu.

### **B. Konsumsi dalam Perspektif Islam**

Dalam sub bab ini, penulis akan membahas tentang perilaku konsumen dalam perspektif Islam.

---

Tujuan diuraikannya sub bab ini adalah untuk mengetahui hasil-hasil kajian konsep-konsep teori dan ide yang telah dikembangkan oleh para pakar ekonomi Islam sebagai dasar teori untuk menganalisa permasalahan yang ada pada sebelumnya. Untuk mempermudah bahasan tersebut, maka pada sub bab ini akan dibagi menjadi beberapa bahasan, yaitu; 1). Dasar hukum perilaku konsumen. 2). Ketentuan Islam dalam konsumsi. 3). Teori konsumen muslim. 4). Kepuasan dan rasionalitas dalam konsumsi. 5). Motif dan tujuan konsumsi.

### 1. Dasar Hukum Perilaku Konsumen

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang *khalifah* agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.

Salah satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang *khalifah* adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi (khusus). Islam mengajarkan kepada sang *khalifah* untuk memakai dasar yang benar agar mendapatkan keridhaan dari Allah Sang Pencipta. Dasar yang benar itu merupakan sumber hukum yang telah ditetapkan dan harus diikuti oleh penganut Islam.

Hasan Siry menyatakan bahwa sumber hukum tersebut terdiri dari dua bagian; a). Sumber yang berasal dari ayat-ayat Al Quran dan Sunnah Rasulnya yang terpercaya dan b). *Ijtihad* para ahli fiqih yang

disesuaikan dengan keadaan zaman, tempat/kedudukan dan lingkungan sosial.<sup>24</sup>

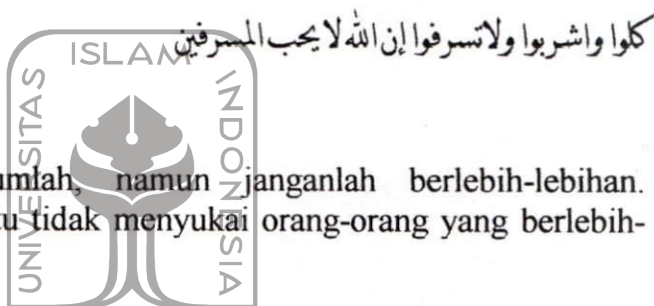
### a) Sumber yang Berasal dari Ayat-ayat Al Quran dan Sunnah Rasul

#### 1) Sumber yang ada dalam Al Quran yang menunjukkan dasar

sumber hukum konsumsi adalah :

Artinya:

Makanlah dan minumlah, namun janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.<sup>25</sup>



#### 2). Sumber yang Ada dalam Sunnah Rasul

وعن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال: بينما نحن في سفر مع النبي صلى الله عليه وسلم، إذ جاء على راحلت له فجعل يضرب بصره يمينا وشمالا، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: من كان معه فضل من زال فليعد به على من لا ظهر له، ومن كان معه فضل من زاد فليعد به على من زاد له، فذكر من أضاف الحال ما ذكر حتى رأينا أنه لاحق لأحد منا في الفضل. (رواه مسلم)

Artinya:

Abu Said Al chudry r.a. berkata: Ketika kami dalam bepergian bersama Nabi saw. mendadak datang seseorang berkendara, sambil menoleh ke kanan-ke kiri seolah-olah mengharapakan bantuan makanan, maka bersabda Nabi: "Siapa yang mempunyai kelebihan kendaraan harus dibantukan pada yang tidak mempunyai kendaraan. Dan siapa yang mempunyai kelebihan bekal harus dibantukan pada orang yang tidak berbekal." Kemudian Rasulullah

<sup>24</sup> Hasan Siry, 1991; 31-34.

<sup>25</sup> QS:7;31.

menyebut berbagai macam jenis kekayaan hingga kita merasa seseorang tidak berhak memiliki sesuatu yang lebih dari kebutuhan hajatnya.<sup>26</sup>

#### b). Ijtihad Para Ahli Fiqih

*Ijtihad* berarti meneruskan setiap usaha untuk menentukan sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syari'at. Misalnya dalam menentukan hukum terhadap zakat fitri (زكاة الفطر) yang dilaksanakan sebelum dan sesudah Idul Fitri.

Mannan (1997) menyatakan bahwa sumber hukum ekonomi Islam (termasuk di dalamnya dasar hukum perilaku konsumen) ada empat macam; Al Quran, Sunnah, Hadis, *Ijma'*, serta *Qiyas* dan *Ijtihad*.

Lebih lanjut ia mengatakan bahwa Al Quran adalah merupakan amanat sesungguhnya yang disampaikan Allah melalui ucapan Nabi Muhammad saw. untuk membimbing umat manusia. Amanat ini bersifat universal, abadi dan fundamental.<sup>27</sup>

Al Quran merupakan kalam Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad saw. ditulis dalam *mushaf*, menggunakan bahasa Arab, yang sampai kepada manusia secara *mutawatir* yang dimulai dari *Al Fatihah* dan diakhiri dengan *An-Nas*, disampaikan oleh malaikat

<sup>26</sup> HR. Muslim

<sup>27</sup> Mannan, MA. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta, 1995;29.

Jibril.<sup>28</sup> Kandungan isi Al Quran tersebut amatlah lengkap dan sempurna yang mencakup seluruh kehidupan manusia termasuk kesejahteraannya. Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya:

Hai manusia, sesungguhnya telah datang kepadamu pelajaran dari Tuhanmu dan penyembuh bagi penyakit-penyakit dalam dada dan petunjuk serta rahmat bagi orang-orang yang beriman.<sup>29</sup>

Al Quran merupakan sumber dari segala sumber hukum, artinya sumber pokok/pertama. Sumber kedua yakni: Hadits dan *Sunnah* yang merupakan segala perkataan dan perbuatan serta diamnya Nabi Muhammad, yang berhubungan dengan pembentukan hukum Islam. Dalam konteks ini, *Sunnah* yang secara *harfiah* berarti cara, adat-istiadat, kebiasaan hidup mengacu pada perilaku Nabi Muhammad saw. yang dijadikan teladan.

Dalam upaya menentukan hukum, Islam tidak semata hanya tertumpu pada Al Quran dan *Sunnah*, namun Islam menghormati “praktek yang disepakati” dan konsensus para ulama yang disebut dengan *ijma*’.

<sup>28</sup> Salam, 1994;95.

<sup>29</sup> QS: 10; 57.

*Ijma'* (sumber hukum ketiga) adalah suatu prinsip isi hukum baru yang timbul sebagai akibat dalam melakukan penalaran logika para *mujtahid* maupun cendekiawan agama, sedangkan *ijtihad* dengan *qiyas* merupakan upaya meneruskan setiap usaha untuk menentukan studi suatu persoalan *syariat* dan *qiyas* mempunyai pengertian, menyamakan hukum suatu peristiwa yang tidak ada *nas* mengenai hukumnya, karena adanya persamaan *illat*.<sup>30</sup>

Keempat hukum tersebut di atas menjadi sumber hukum bagi setiap tingkah laku manusia termasuk dalam kegiatan konsumsinya.

## 2. Ketentuan Islam dalam Konsumsi

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal *syariah*. *Syariah* ini bukan saja menyeluruh atau komprehensif, tetapi juga universal. Karakter istimewa ini diperlukan, sebab tidak akan ada *syariah* lain yang datang untuk menyempurnakannya.<sup>31</sup>

Komprehensif berarti *syariah* Islam ini merangkum seluruh aspek kehidupan baik ritual (*ibadat*) maupun sosial (*mu`amalat*). Universal bermakna dapat diterapkan pada setiap waktu dan tempat sampai hari akhir nanti. Sebagaimana diterangkan di muka, bahwa

---

<sup>30</sup> Salam, *Ibid*; 105.

<sup>31</sup> M. Syafi'I Antonio, *Op Cit*;4

kerangka kegiatan *mu'amalah* secara garis besar dapat dibagi ke dalam 3 (tiga) bagian besar, yaitu politik, sosial dan ekonomi. Dari bidang ekonomi diambil tiga turunan lagi, yaitu: konsumsi, simpanan dan investasi.

Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga keterlaluhan, lebih lanjut Al Quran melarang terjadinya perbuatan *tabzir* dan *mubazir*.<sup>32</sup>

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkan. Hal ini berarti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah primer dan hanya para ahli ekonomi mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami dan menjelaskan prinsip produksi dan konsumsi. Mereka dapat dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum, nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subjek tersebut. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang

---

<sup>32</sup> QS:7;31

Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dan pola konsumsi modern. Islam berusaha mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini. Untuk menghasilkan energi manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya.

Menurut Mannan ( 1997), bahwa perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu:

1. Prinsip Keadilan.
2. Prinsip Kebersihan.
3. Prinsip Kesederhanaan.
4. Prinsip Kemurahan Hati.
5. Prinsip Moralitas<sup>33</sup>

Lebih lanjut, Mannan menjelaskan, bahwa aturan pertama mengenai konsumsi terdapat dalam ayat suci Al Quran:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيَاطِينِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu<sup>34</sup>

Syarat ini mengandung arti ganda, baik mengenai mencari rizki secara halal dan tidak dilarang hukum. Syarat kedua tercantum dalam kitab suci Al Quran maupun *Sunnah*, yaitu: makanan harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga

<sup>33</sup> Mannan, MA; *Op Cit*;45.

<sup>34</sup> QS.2;168.

merusak selera. Olah karena itu tidak semua yang diperkenankan, boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan, makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

Prinsip ketiga yang mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman adalah sikap tidak berlebihan yang berarti janganlah makan secara berlebihan.<sup>35</sup> Arti penting ayat ini adalah kenyataan bahwa kurang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada pencernaan (perut). Praktek memantangkan jenis makan tertentu, dengan tegas tidak dibolehkan dalam Islam.

Prinsip keempat adalah kemurahan hati, dengan berpegang dan mentaati syariat Islam, tidak ada bahaya maupun dosa ketika makan makanan dan minum minuman yang halal yang disediakan Allah karena kemurahannya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Allah dengan keimanan yang kuat dalam tuntunannya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya. Allah berfirman:

أَحْلَلْ لَكُمْ صَيْدَ الْبَحْرِ وَطَعَامَهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلْغِيَارَةِ وَحَرَّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدَ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرَمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ  
تَحْشُرُونَ

---

<sup>35</sup> QS; 7;31

Artinya:

Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makan yang lezat bagimu dan bagi orang-orang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam *ihram*. Dan bertaqwalah kepada Allah yang kepada-Nya lah kamu akan dikumpulkan<sup>36</sup>

Dengan demikian dalam hal ini terdapat peralihan berangsur yang sifatnya elastis dan memperhitungkan tujuan makan dan minum langsung dan pokok. Makanan dan minuman berbahaya dilarang sekali.

Prinsip kelima adalah prinsip mengenai konsumsi kondisi moralitas. Prinsip ini bukan hanya mengenai makanan dan minuman. Tujuan akhir dari makan dan minum adalah untuk peningkatan dan kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Prinsip ini didasarkan pada kaidah Al Quran, bahwa sementara orang mungkin merasakan sedikit kenikmatan atau keuntungan dengan minum-minuman keras dan makan makanan terlarang lainnya, tetapi hal itu dilarang karena adanya bahaya yang mungkin ditimbulkannya lebih besar dari pada kenikmatan atau keuntungan yang mungkin diperolehnya. Firman Allah:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِّنْ نَّفْعِهِمَا . . . . .

Artinya:

---

<sup>36</sup> QS:5;96.

manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya.....<sup>37</sup>

Berdasarkan kaidah makan dan minum makanan dan minuman di atas, maka dalam hal konsumsi akan bergantung pada kebutuhan-kebutuhan manusia, apakah itu masuk dalam keperluan, kesenangan dan kemewahan.

### 3. Teori Konsumen Muslim

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak tengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, di antaranya adalah *israf* dan *tabdzir*. (QS : 17 : 27, QS : 7 : 31), juga norma yang berkaitan dengan anjuran untuk melakukan *infaq* (QS : 2 : 2).

*Israf* berarti mengeluarkan pembelanjaan yang tidak memiliki manfaat dan dilarang menurut hukum Islam. Pembelanjaan

---

<sup>37</sup> QS:2:219

yang dianjurkan dalam Islam adalah yang digunakan untuk memenuhi “kebutuhan” dan dilakukan dengan cara rasional. *Israf* dilarang dalam Al Quran. Allah berfirman ( lihat halaman 34).

*Tabzir*, berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam. Perilaku ini sangat dilarang oleh Allah.

..... إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ

Artinya:

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu saudara-saudara syaitan<sup>38</sup>

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka Islam, perlu dibedakan dua tipe pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim, yaitu pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan seorang muslim untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dan keluarga (pengeluaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dunia namun memiliki efek pada pahala di akhirat). Pengeluaran tipe kedua adalah pengeluaran yang dikeluarkan semata-mata bermotif mencari akhirat.

Norma-norma konsumsi yang dijelaskan di atas, akan dibahas pada teori konsumsi Islam, berdasarkan etika konsumsi, prioritas

---

<sup>38</sup> QS:17;27

konsumsi, kepuasan dalam konsumsi, dan rasionalitas konsumen muslim, perilaku konsumsi dalam perspektif Islam. Untuk lebih jelasnya akan dibahas sebagai berikut:

### **(a) Etika Konsumsi**

Islam adalah agama yang sarat etika. Pembicaraan mengenai etika Islam banyak dikemukakan oleh para ilmuwan. Sedang pengembangan yang sistematis dengan latar belakang ekonomi tentang sistem etika Islam secara garis besar dapat dibagi menjadi 4 (empat) pokok aksioma, sebagaimana dikupas oleh Naqfi. Naqfi mengelompokkan ke dalam 4 (empat) aksioma pokok, yaitu: tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak dan pertanggungjawaban.<sup>39</sup> Dengan paparan sebagai berikut:

#### **i) Tauhid (*Unity/Kesatuan*)**

Karakteristik utama dan pokok dalam Islam adalah “tauhid” yang menurut Qardlawi dibagi menjadi dua kriteria, yaitu: *rabbaniyyah gayah* (tujuan) dan *wijhah* (sudut pandang).<sup>40</sup> Kriteria yang pertama menunjukkan maksud bahwa tujuan akhir dan sasaran Islam adalah jauh ke depan, yaitu menjaga hubungan

<sup>39</sup> Sayyed Nawab Haidar Naqfi, *Etika dan Ilmu Ekonomi, Suatu Sintesis Islami*, Mizan, Bandung, 1985; 78-79.

<sup>40</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*, Robbani Press, Jakarta, 1993; 1-4

dengan Allah secara baik dan mencapai ridha-Nya. Sehingga pengabdian kepada Allah merupakan tujuan akhir, sasaran, puncak cita-cita, usaha dan kerja keras manusia dalam kehidupan (fana) ini.

Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدًّا فَلَمَّا قَدِمْتَ

Artinya:

Hai manusia, sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, maka pasti kamu akan menemui-Nya.<sup>41</sup>

Ini berarti, bahwa Islam (baik sebagai syariat) semata-mata dimaksudkan hanya untuk menyiapkan manusia supaya menjadi seseorang yang *muhsin*, sehingga ruh dan globalitas Islam adalah tauhid.

Kriteria kedua adalah *rabbaniyyah masdar* (sumber hukum) dan *manhaj* (sistem). Kriteria ini mempunyai kaitan dengan kriteria pertama. Artinya, kriteria ini merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai sasaran dan tujuan puncak (kriteria pertama) yang bersumber pada Al Quran dan Hadis Rasul.

---

<sup>41</sup> QS.84:6.

Aksioma tauhid merupakan bantuk dimensi vertikal yang memadukan segi politik, ekonomi, sosial dan religius dalam kehidupan manusia menjadi satu kebutuhan homogen dan konsisten. Bila dihubungkan dengan fungsi integratif, tauhid merupakan kenyataan yang memberikan umat manusia perspektif pasti yang berasal dari pengertian mendalam mengenai hubungan antara manusia dengan Tuhan, sehingga manusia akan berhasil (dalam mencari kebenaran) bila diberi petunjuk dari Yang Maha Benar. Allah berfirman



Artinya:

Katakanlah: “Apakah di antara sekutu-sekutumu ada yang menunjuki kebenaran”. Katakanlah Allah lah yang menunjuki kepada kebenaran....<sup>42</sup>

## ii) Adil (Equilibrium/Keadilan)

Adil merupakan salah satu pokok etika Islam. Kata *al `adl* (العدل) berarti sama (rata) sepadan ukuran (takaran), keseimbangan.<sup>43</sup> Di dalam Al Quran, untuk menjelaskan kata adil

<sup>42</sup> QS: 10;35

<sup>43</sup> Warson Ahmad, Kamus Al- Munawwir, Pustaka Progressif, Surabaya, 1997;905-906.

diungkapkan dengan kata *al-`adl* (الميزان القسط للعدل) yang merupakan lawan dari *al-jur* (الجور) atau *az- zulm* (الظلم).

Sehubungan dengan masalah adil atau keadilan, Muthahari mendefinisikan keadilan menjadi 4 (empat) pengertian, yaitu: 1) keadaan sesuatu yang seimbang, 2) persamaan dan penafian segala bentuk diskriminasi, 3) pemeliharaan hak-hak individu dan pemberian hak kepada setiap orang yang berhak menerima dan 4) memelihara hak bagi kelanjutan eksistensi (keadilan Tuhan).

Keadilan adalah hak-hak nyata yang mempunyai realitas, artinya bahwa keadilan tidak dapat disamakan dengan keseimbangan. Karena keadilan berawal dari usaha memberikan hak kepada setiap individu (yang berhak menerima) sekaligus menjaga atau memelihara hak tersebut, sehingga pernyataan yang mengatakan bahwa keadilan bersifat realitas adalah salah.

Sementara itu, Khursid Ahmad<sup>44</sup> mengatakan, kata '*adl*' dapat diartikan seimbang (*balance*) dan setimbang (*equilibrium*). Atas dasar itu, ia menyebutkan bahwa konsep '*adl*' dalam perspektif Islam adalah "keadilan Ilahi". Berkaitan dengan hal ini, ia membantah bahwa tradisi Barat memisahkan moralitas dengan

<sup>44</sup> Akhmad Khursid, *Al'Adl dalam Zaimuddin Soedan dan Marryl WyaDavier (edt). Wajah-wajah Islam*, Mizan, Bandung, 1982;59.

keadilan dan hukum. Menurutnya, sebagian tradisi Barat juga menganggap moralitas tetap relevan, hanya saja moralitas yang dianut menyangkut prinsip-prinsip kegunaan (*utility*), persetujuan dan konsensus. Sedang dalam Islam moralitas didasarkan pada nilai-nilai absolut yang diwahyukan Tuhan dan penerimaan manusia terhadap nilai-nilai tersebut.

Salah satu manifestasi keadilan menurut Al-Quran adalah kesejahteraan. Seperti dikemukakan oleh Sihab setelah ia manafsirkan QS :5 : 8 : 7 : 96, dan 71 : 10 : 12. Berdasarkan rangkaian ayat ini, tampak bahwa keadilan akan mengantarkan kepada ketaqwaan, dan ketaqwaan akan menghasilkan kesejahteraan.

### iii) *Free Will* (Kehendak Bebas)

Manusia merupakan makhluk yang berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari *qadha* (القضاء) dan *qadar* (القدر) yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Tuhan. Dengan kata lain, bahwa *qadha* dan *qadar* merupakan bagian dari kehendak bebas manusia.<sup>45</sup>

<sup>45</sup> Murtadha, Muthahari, *Al-'Adl al-Ilahi*, Darul Islamiyah, Teheran, 1985;227.

Pandangan Al Quran terhadap akan dan nurani manusia adalah bebas dan merdeka, di mana fitrah ilahi dapat hidup dalam segala keadaan dan lingkungan, sehingga Allah memberikan ganjaran dan siksaan kepada manusia. Firman Allah:

والله خلقكم وما تعملون .....

Artinya:

Padahal Allahlah yang menciptakan kamu dan apa yang kamu perbuat ....<sup>46</sup>

#### iv) Amanah (*Responsibility*/Pertanggung jawaban)

Etika dari kehendak bebas adalah pertanggungjawaban. Dengan kata lain, setelah manusia melakukan perbuatan, maka ia harus mempertanggungjawabkan perbuatannya. Dengan demikian prinsip tanggung jawab merupakan suatu hubungan logis dengan adanya prinsip kehendak bebas. Allah berfirman:

فمن يعمل مثقال ذرة خيرا يره

Artinya:

Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat *dzarrah* pun, niscaya akan melihat (balasan) nya<sup>47</sup>

<sup>46</sup> QS:37:96.

<sup>47</sup> QS:99:7.

Berdasarkan etika pokok dalam Islam tersebut, maka karakter khusus dalam etika Islam merupakan konsep yang lebih menitikberatkan pada hubungan manusia dengan Tuhan, alam dan masyarakat. Dengan dasar kepribadian yang multidimensional ini, manusia dapat berkehendak bebas dengan tanggung jawab atas kebebasan tersebut, baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, maupun dirinya sendiri.

Demikian halnya dalam melakukan konsumsi, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan konsumsi, atau memiliki perilaku konsumsi secara bebas, namun di dalam kebebasannya itu harus berpijak pada etika konsumsi yang telah diatur dalam ajaran Islam. Untuk ini, etika konsumsi dalam Islam selalu dirujuk kepada dasar “*halalan tayyiba* (حلالا طيبا) dan sederhana. Dasar inilah yang merupakan asumsi dasar etika Islam yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku konsumsi seorang muslim.

#### **v) Halal**

Kehalalan merupakan salah satu batasan bagi manusia untuk memaksimalkan kegunaan. Dengan kata lain, kehalalan adalah salah satu kendala untuk memperoleh maksimalisasi kegunaan konsumsi dalam kerangka ekonomi Islam. Kendala kehalalan

menganggap “buruk” komoditas-komoditas yang mempunyai nilai konsumsi nol dalam ekonomi Islam. Dengan kata lain, pemanfaatan barang (komoditas) secara bebas (menurut istilah ekonomi mikro neo-klasik) tidak dapat dipenuhi. Jika ini terjadi, maka ruang komoditas tersebut akan didefinisikan atau dikenakan (dibebani) biaya etik.

Kehalalan suatu barang konsumsi merupakan antisipasi dari adanya keburukan yang ditimbulkan barang tersebut. Sebagai contoh, pengharaman *khamr* (الخمرا) dalam arti luas, adalah upaya antisipasi yang ditimbulkan baik bagi konsumen (secara jasmani maupun rohani) maupun terhadap orang lain.

#### vi) Sederhana

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi Islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Di antara dua cara hidup yang “ekstrim” antara paham materialistis dan zuhud. Ajaran Al-Quran menegaskan bahwa dalam berkonsumsi, manusia dianjurkan untuk tidak boros dan tidak kikir (lihat QS : 25 : 67).

Lebih lanjut, Maskawih memberikan yudikasi sifat sederhana, antara lain; adanya rasa malu, tenang (dapat mengendalikan hawa

nafsu/keinginan), dermawan, puas (tidak berlebihan), loyal (tidak kikir) serta berperilaku mulia. Batasan ini mengandung asumsi bahwa setiap individu pada dasarnya berhak mendapatkan kehidupan yang menyenangkan dan melebihi dari keperluannya. Sedangkan dalam memenuhi kebutuhan akan barang mewah, seseorang harus memperhatikan keadaan masyarakat sekelilingnya. Bila masyarakat sekelilingnya bertaraf hidup rendah, maka penggunaan barang mewah dilarang (lebih dibatasi). Selain itu, kehidupan mewah yang tidak memberikan manfaat bagi lingkungan sosial (masyarakat) tidak perlu dijalankan.<sup>48</sup>

#### **b) Prioritas Konsumsi**

Islam mengajarkan bahwa manusia selama hidupnya akan mengalami tahap-tahapan kehidupan. Secara umum tahapan kehidupan dapat dikelompokkan menjadi dua tahapan kehidupan, yaitu : dunia dan akhirat. Oleh karena itu, Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Hal ini berarti, pada saat seseorang melakukan konsumsi harus memiliki nilai dunia dan akhirat. Demikian pula, maka yang lebih diutamakan konsumsi untuk dunia atau konsumsi untuk akhirat.

---

<sup>48</sup> Ibnu Maskawih, *Tahdib al-Akhlaq*, Dar-al Kutub al-Islamiyah, 1985;47.

Secara sosiologis, manusia merupakan makhluk yang memiliki aspek pribadi dan aspek sosial. Aspek-aspek ini juga harus mendapatkan perhatian, sehingga dalam kehidupannya tidak terjadi ketimpangan, baik secara pribadi maupun secara sosial.

Dalam konteks alam kehidupan manusia<sup>49</sup>, mengatakan bahwa sebenarnya itu dapat diperinci menjadi dimensi waktu kehidupan manusia sebagai berikut:

1. Waktu hidup dalam kandungan [rahim] ibu, lebih kurang selama sembilan bulan sepuluh hari [t1]
2. Waktu dilahirkan sampai ajal menjelang. Usia manusia pada negara berkembang lebih kurang 50 tahun, sedangkan dalam negara maju, usia manusia berkisar 74 tahun. Sehingga rata-rata usia manusia hidup di bumi lebih kurang 62 tahun [t2]
3. Waktu di alam kubur, sesudah mati [t3]
4. Waktu di alam akhirat / maksar [t4]

Kepastian waktu kehidupan [t3] dan [t4] tidak dapat diketahui, namun secara implisit disebutkan dalam al-Qur'an:

يَخَافَتُونَ بَيْنَهُمْ إِنْ لَبِثُمْ إِلَّا عَشْرًا نَحْنُ أَعْلَمُ بِمَا يَقُولُونَ إِذْ يَقُولُ أَمْثَلُهُمْ طَرِيقَةً إِنْ لَبِثُمْ إِلَّا يَوْمًا

Artinya:

---

<sup>49</sup> Suroso Imam Djazuli, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Fak Ekonomi UNAIR, Surabaya; 1987;10-11.

Mereka berbisik-bisik di antara mereka: “Kamu tidak berdiam (di dunia) melainkan hanyalah sepuluh (hari).” Kami lebih mengetahui apa yang mereka katakan, ketika berkata orang yang paling lurus jalannya di antara mereka: “Kamu tidak berdiam (di dunia) melainkan hanyalah sehari saja.”

Dengan demikian perjalanan hidup manusia [t] berdasarkan pembagian di atas menjadi:

$$t = t_1 + t_2 + t_3 + t_4$$

Keempat pembagian [waktu] kehidupan tersebut secara ringkas dapat dirampingkan menjadi dua, yaitu kehidupan sebelum mati [t<sub>1</sub>] dan [t<sub>2</sub>] serta kehidupan sesudah mati [t<sub>3</sub>] dan [t<sub>4</sub>]. Pada tahapan kehidupan sebelum mati, yaitu [t<sub>1</sub>] dan [t<sub>2</sub>], dapat diketahui secara umum, namun untuk kehidupan [t<sub>3</sub>] dan [t<sub>4</sub>] perlu pembahasan lebih lanjut, terutama berkenaan dengan kepercayaan terhadap adanya Hari Pembalasan.

Berdasarkan tahapan kehidupan tersebut dan konteks pribadi dan sosial manusia, maka seorang muslim dalam melakukan konsumsi akan selalu memperhatikan ajaran Islam yang berkaitan dengan aspek-aspek pencapaian kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam hubungan inilah, maka setiap seorang muslim akan selalu berhati-hati dalam melakukan konsumsi.

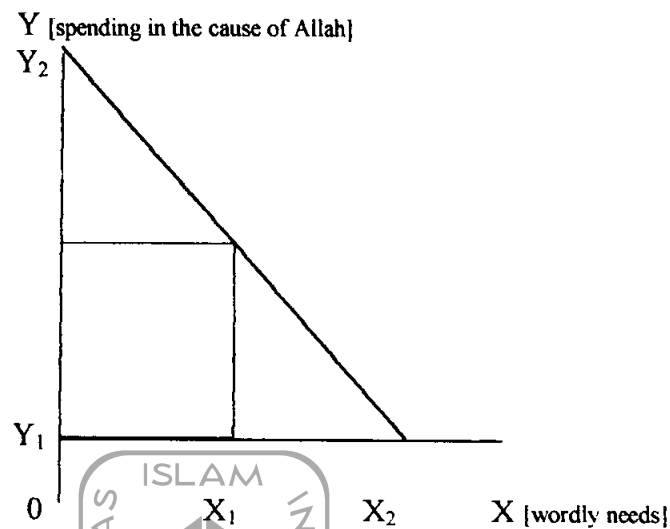
Meskipun barang-barang yang dikonsumsi adalah barang yang halal dan bersih dalam pandangan Allah, akan tetapi konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang yang ada

dengan sama banyak [menganggap semua barang sama penting] sehingga pendapatannya habis. Tetapi harus diingat bahwa manusia mempunyai kebutuhan jangka pendek [dunia] dan kebutuhan jangka panjang [akhirat] yang sangat penting dan harus dipenuhi.

M. Fahim Khan [1992] dalam kaitan ini menggambarkan ibarat manusia mempunyai dua keranjang yang harus diisi sama, keranjang tersebut adalah keranjang dunia dan akhirat. Keranjang pertama diisi dengan kebutuhan dunia [*worldy needs*] dan keranjang kedua diisi dengan amalan-amalan baik, seperti : zakat, infaq, sadaqah di jalan Allah [*spending in the cause of Allah*]. Pengisian keranjang yang kedua harus memperhatikan pengisian keranjang pertama.

Hubungannya dengan masalah ekonomi, yang diukur dengan pendapatan seseorang, oleh karena itu, besar pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk kebutuhan-kebutuhan hidup manusia harus seimbang [seimbang mengandung arti sama besar tetapi terpenuhinya kebutuhan yang sesuai dengan prioritasnya]. Dengan demikian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar: 8



Gambar (8) di atas menggunakan asumsi bahwa Y menunjukkan pendapatan yang dibelanjakan ke jalan Allah dan X merupakan pendapatan yang dibelanjakan untuk kebutuhan duniawi. Gambar (8) tersebut juga menunjukkan bahwa permintaan terhadap barang dan jasa untuk kebutuhan duniawi harus memperhatikan kebutuhan akhirat [*cause of Allah*] dan sebaliknya.

Lain halnya dengan pendekatan yang berlaku dalam ekonomi konvensional, permintaan konsumen tidak dapat dilakukan pada setiap titik pada garis anggaran [garis X2 dan Y2]. Hal ini disebabkan karena permintaan konsumen yang cenderung ke arah kebutuhan duniawi [X] akan menyebabkan ia tidak dapat memenuhi kebutuhan akhirat [atau dapat memenuhi tetapi lebih kecil dari yang

sebenarnya dapat dilakukan]. Hal ini sangat tidak efisien dalam pandangan Islam.

Sebaliknya, jika permintaan konsumen cenderung mengarah kepada kebutuhan akhirat [Y], juga tidak diperkenankan karena kebutuhan-kebutuhan essential manusia akan terabaikan sehingga manusia tidak mempunyai energi yang cukup untuk bekerja atau beribadah. Oleh karena itu, konsumen muslim harus benar-benar mengetahui akan adanya pilihan-pilihan kebutuhan yang harus dipilih, supaya kebutuhan-kebutuhan yang lebih penting terpenuhi lebih dahulu.

Jika seorang konsumen telah mampu melihat adanya kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhinya, maka yang harus dilakukannya kemudian adalah mengetahui seberapa besar pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk masing-masing kebutuhannya itu. Islam tidak membatasi besar pendapatan yang harus dibelanjakan untuk kepentingan akhirat. Islam hanya memberikan dorongan untuk melakukan amal baik, misalnya : melakukan shodaqah, infaq.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمًا لَا يَبْعُ فِيهِ وَلَا خِلَّةَ وَلَا شَفَاعَةَ وَالْكَافِرِينَ هُمْ

الضَّالُّونَ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi persahabatan yang akrab dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim.<sup>50</sup>

Dari ayat tersebut dapat dilihat bahwa besar pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk akhirat tidak terbatas, semakin banyak semakin baik. Sedangkan untuk melakukan permintaan terhadap barang dan jasa untuk kebutuhan dunia, harus berpedoman pada prinsip “tidak boleh boros dan tidak pula kikir”.



كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا أَنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

Makanlah dan minumlah, namun janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.<sup>51</sup>

Ini berarti permintaan harus dihentikan setelah kebutuhan dunia terpenuhi dengan pengertian cukup di sini adalah pada saat memperoleh masalah terbesar.

Pengeluaran konsumsi [pembelanjaan] seseorang muslim dalam pandangan al-Qur'an biasanya menggunakan istilah *infaq*. Pengeluaran *infaq* diharapkan akan mendatangkan *rida* dari Allah [masalah/ kepuasan/utility]. Dalam perkembangan pemikiran, kata

<sup>50</sup> QS:2;254.

<sup>51</sup> QS:7;51.

infaq oleh para ahli tafsir diartikan secara berbeda antara satu dengan yang lain. Infaq dalam al-Qur'an, ada yang mengartikan pengeluaran berupa zakat yang wajib, shadaqah sunnah maupun nafkah atas keluarga. Namun sebagian yang lain mengatakan, bahwa infaq adalah mencakup pengeluaran wajib maupun sunah. Dengan kata lain, kata infaq mencakup nafkah [konsumsi] untuk diri sendiri maupun keluarga, nafkah [zakat/shadaqah] untuk kemakmuran [masyarakat] dan untuk perjuangan di jalan Allah.

Rahasia dari dua ayat

الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ (البقرة: ٣)  
 وَمَاذَا عَلَيْهِمْ لَوْ آمَنُوا بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ أَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقَهُمُ اللَّهُ وَكَانَ اللَّهُ بِهِمْ عَلِيمًا (النساء: ٣٩)

yang berbicara tentang kewajiban konsumsi [infaq] di atas adalah bahwa harta/rizeki [pendapatan] yang dikeluarkan hanyalah sebagian saja, sedangkan sebagian yang lainnya digunakan untuk kebutuhan di masa yang akan datang [jangka panjang = baik masa depan di dunia, maupun masa depan di akhirat] baik berupa tabungan maupun investasi.

Dengan demikian, dapat diformulasikan matematikanya, bahwa adanya kewajiban mengeluarkan zakat dalam Islam, maka pendapatan agregat [Y] dibagi kepada pendapatan pembayar

zakat/*muzakki* [ $Y_z$ ] dan pendepatan penerima zakat/*mustahiq* [ $Y_q$ ], sehingga formulasinya adalah :

$$Y = Y_z + Y_q$$

Pendapatan muzakki [ $Y_z$ ] merupakan pendapatan yang telah mencapai nishab, dengan demikian pendapatan netto muzakki menjadi  $Y_{zn} = Y_z - Z$ . Adapun pendapatan netto mustahiq [ $Y_{qn}$ ] adalah pendapatan mustahiq [ $Y_q$ ] ditambah zakat dari muzakki, sehingga  $Y_{qn} = Y_q + Z$ .

Dari pendapatan netto [setelah zakat] muzakki, akan dianggarkan untuk pengeluaran saat ini dan masa yang akan datang sebagai berikut :  $Y_{zn} = K_z + T_z + S_z$ , dimana  $K_z$  adalah konsumsi muzakki;  $T_z$  adalah tabungan muzakki; dan  $S_z$  adalah shadaqah.

Pengeluaran shadaqah [ $S_z$ ] muzakki mengakibatkan bertambahnya pendapatan mustahiq, yaitu  $Y_{qs} = Y_{qn} + S_z$ . Pendapatan mustahiq ini [ $Y_{qs}$ ] dianggarkan untuk konsumsi [ $K_q$ ] dan bila mungkin akan ditabung [ $T_q$ ], sehingga  $Y_{qs} = K_q + T_q$ .

Sebagai makhluk pribadi dan sosial, maka manusia juga memiliki sasaran konsumsi. Sasaran konsumsi tersebut adalah untuk [1] konsumsi bagi diri sendiri dan keluarga; [2] konsumsi [untuk] sebagai tanggungjawab sosial; [3] tabungan dan [4] Investasi. Dengan penjelasan sebagai berikut :

### i) Konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga

Ajaran Islam mengenai konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga diajarkan oleh Rasulullah dalam haditsnya sebagai berikut

*Dahulukanlah dirimu, maka bersedekahlah atas dirimu; jika ada sisanya, maka untuk keluargamu; jika masih ada sisa setelah untuk keluargamu, maka peruntukkanlah bagi kerabatmu yang lain; jika masih ada sisa lagi, maka demikian dan demikian [HR. Nasa'i]*<sup>52</sup>

Konsumsi untuk diri sendiri meliputi kebutuhan-kebutuhan pokok dan kebutuhan fungsional. *“Sungguh badan dan jasmanimu mempunyai hak yang wajib kamu penuhi”* [HR. Bukhari]

Menurut Chapra [1999] barang atau jasa [konsumsi] dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu : kebutuhan, kesenangan dan kelengkapan. Kebutuhan meliputi keperluan pokok, yaitu : sandang, pangan dan papan. Kesenangan adalah yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau mengurangi kesukaran seperti kendaraan. Kelengkapan merupakan kebutuhan sekunder yang mempunyai nilai tambah bagi seseorang.

Ketiga kategori produk konsumsi di atas merupakan kebutuhan dan tidak termasuk dalam kemewahan atau simbol-simbol status. Artinya, segala sesuatu yang keluar dari kebutuhan tersebut

<sup>52</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Garis-garis Besar Sistem Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, 1987;60.

merupakan bentuk pemborosan dan kehendak diri berlebihan yang sangat dilarang Islam.<sup>53</sup>

## ii) Tabungan

Makhluk yang memiliki masa depan adalah manusia. Masa depan adalah masa yang belum tentu, bagi setiap manusia. Oleh karena itu, manusia harus menyiapkan masa depannya. Dalam ekonomi, penyiapan masa depan dapat dilakukan dengan melalui tabungan atau menabung. Menabung adalah aktivitas mencadangkan sebagian pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan penting dan mendadak di masa yang akan datang. Dalam hal ini Rasulullah mengingatkan “*Tahanlah sebagian hartamu untuk masa depanmu; hal itu lebih baik bagimu*” [HR. Bukhari, Muslim, Abu Dawud, Turmidzi dan Nas’i]<sup>54</sup>

Anjuran menabung sebagian pendapatan merupakan antisipasi “siklus tujuh tahunan” yang merupakan perimbangan antara masa kemakmuran dan keprihatinan. Hal ini digambarkan dalam al-Qur’an:

---

<sup>53</sup> M. Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi Islam Ekonomi Kontemporer*, Risalah Gusti, Surabaya, 1999; 350.

<sup>54</sup> Basyir, *Op Cit*; 65

قال تزرعون سبع سنين دأباً فما حصدتم فذروه في سنبلة إلا قليلاً مما تأكلون ثم يأتي من بعد ذلك سبع شداد يأكلن ما قدمتم لهن إلا قليلاً مما تحصنون

Artinya:

Yusuf berkata:” Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa, maka apa yang kamu tunai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.”<sup>55</sup>

Dalam hal menabung atau menyimpan uang ada tiga alternatif yang dapat dilakukan, yaitu : [a] memegang kekayaannya dalam bentuk uang kas (*idle cash*), [b] memegang tabungan dalam bentuk aset tanpa memproduksi seperti deposito bank atau perhiasan atau dalam bentuk rumah, dan [c] menginvestasikan ke proyek atau usaha yang menguntungkan dan tidak dilarang dalam ajaran Islam.

Pola pertama sangat dilarang dalam Islam, karena harta akan habis dimakan zakat dan tidak produktif, ketidakproduktifan harta akan mengganggu siklus ekonomi. Pola kedua boleh dilakukan asal dengan cara-cara yang dianjurkan dan dibolehkan oleh ajaran Islam, dapat ditabungkan atau didepositokan di lembaga keuangan syari’ah. Pola ketiga adalah pola yang sangat dianjurkan, karena pola ini akan

<sup>55</sup> QS:Yusuf,47-48.

membantu aliran uang secara baik dan menyebabkan kondisi kesehatan ekonomi.

### iii) Investasi

Investasi dalam ekonomi konvensional sangat ditentukan oleh bunga dan spekulasi. Dua hal inilah yang menjadi faktor pembeda antara fungsi investasi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Persoalan bunga dan spekulasi secara jelas dilarang dalam Islam. Selain dua hal tersebut, Islam juga melarang atau memberikan sanksi kepada pemegang aset yang tidak produktif. Sanksi tersebut sekurang-kurangnya terkena zakat. Sementara aset yang diinvestasikan tidak dikenakan zakat. Dengan demikian, secara tegas menunjukkan bahwa ajaran Islam memberikan motivasi kepada umatnya untuk memilih investasi sebagai alternatif. Selanjutnya dalam ekonomi Islam, tidak mengenal suku bunga. Dengan demikian, keputusan investasi tidak ditentukan oleh suku bunga. Ongkos oportunitas dana untuk tujuan investasi ditentukan berdasarkan besarnya zakat yang dibayarkan atas dana tersebut.

Dari uraian di atas diketahui, bahwa fungsi investasi dalam ekonomi Islam bukan merupakan fungsi dari suku bunga sebagaimana dalam teori ekonomi konvensional. Fungsi investasi dalam ekonomi Islam ditentukan oleh tingkat keuntungan yang

diharapkan, tingkat zakat atas aset yang tidak (kurang) produktif, tingkat zakat atas keuntungan dari investasi, dan pengeluaran lain atas aset yang tidak (kurang) produktif selain zakat. Oleh karena bunga, tidak dijadikan sebagai variabel kontrol, maka tingkat biaya atas aset yang tidak (kurang) produktif dapat dijadikan sebagai variabel untuk mendorong investasi.

Gambaran mengenai pertimbangan zakat sebagai variabel pendorong investasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **i) Fungsi Investasi dalam Ekonomi Islam**

Investasi atau penanaman modal untuk mendatangkan keuntungan. Dalam tradisi Islam, keuntungan tersebut harus diperoleh dengan cara yang benar dan halal. Di samping itu, ada ketentuan-ketentuan lain yang berpengaruh terhadap mekanisme investasi dalam Islam, diantaranya adalah aset yang dimiliki dan pengenaan zakat atas aset untuk investasi.

Secara formula definitif dapat disajikan dalam bentuk sebagai berikut :

- I      Permintaan investasi
- Z $\alpha$     Tingkat zakat atas aset yang tidak (kurang) produktif tetapi dapat dikembangkan

- $Z\pi$  Tingkat zakat atas keuntungan dari investasi
- $E$  Pengeluaran lain, selain zakat, atas aset yang tidak (kurang) produktif
- $I$  Pangsa (share) pemodal (investor) atas keuntungan atau kerugian
- $U$  Pangsa (share) pengutang dana atas keuntungan atau kerugian
- $R$  Tingkat keuntungan yang diharapkan
- $\pi$  Keuntungan total yang diharapkan
- $r_z$  Tingkat keuntungan bersih yang diharapkan setelah zakat
- $r_b$  Tingkat keuntungan bersih yang diharapkan

Berdasarkan definisi di atas, fungsi investasi dalam ekonomi Islam adalah :

$$I = I(r, Z\delta, Z\pi, e)$$

$$\left. \begin{array}{l} \delta E / \delta r > 0 \\ \delta I / \delta Z\delta > 0 \\ \delta I / \delta Z\pi > 0 \\ \delta I / \delta e > 0 \end{array} \right\} \text{Menyatakan hubungan positif antara keempat variabel tersebut dengan investasi}$$

Apabila dianggap bahwa tingkat zakat adalah tetap sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam sumber-sumber hukum Islam, maka fungsi investasi adalah :

$$I = I(r, e)$$

Fungsi terakhir ini menyatakan bahwa permintaan investasi akan meningkat apabila tingkat keuntungan yang diharapkan ( $r$ ) meningkat dan/atau tingkat zakat atas aset yang tidak (kurang produktif ( $e$ ) meningkat. Akan tetapi variabel  $r$  bukanlah variabel kontrol, maka variabel  $e$  dapat dijadikan variabel instrumen untuk mendorong investasi. Artinya variabel  $e$  dapat dijadikan pengganti variabel suku bunga untuk mempengaruhi minat investasi.

Fungsi tingkat keuntungan yang diharapkan :

$$r = r \left( \frac{i}{u} \right)$$

dan

$$r = \frac{\pi}{I}$$

$$r_z = \frac{(\pi - Z\pi)}{I}$$

$$= \frac{\pi}{I} (1 - Z\pi)$$

$$r_z = r (1 - Z\pi)$$

Tingkat pengenaan zakat antara *keuntungan investasi* dan *aset tidak produktif* masing-masing 10 % dan 2,5%.

$$Z_\pi = 10 \%$$

$$Z_2 = 2,5 \% \quad Z_\pi > Z_\alpha$$

Besarnya tingkat keuntungan bersih yang diharapkan adalah

$$r_b = r \cdot (1 - Z\pi) + Z\alpha$$

Persamaan (7) menyatakan bahwa tingkat keuntungan bersih yang diharapkan akan sama dengan tingkat keuntungan bersih yang diharapkan setelah zakat ditambah dengan tingkat zakat aset tidak produktif.

Investasi akan berlangsung terus (dalam jangka panjang)

selama  $r_b > 0$  atau

$$r_b = r \cdot (1 - Z\pi) > -Z\alpha$$

Investasi akan berhenti apabila  $r_b = 0$  atau

$$r \cdot (1 - Z\pi) = -Z\alpha$$

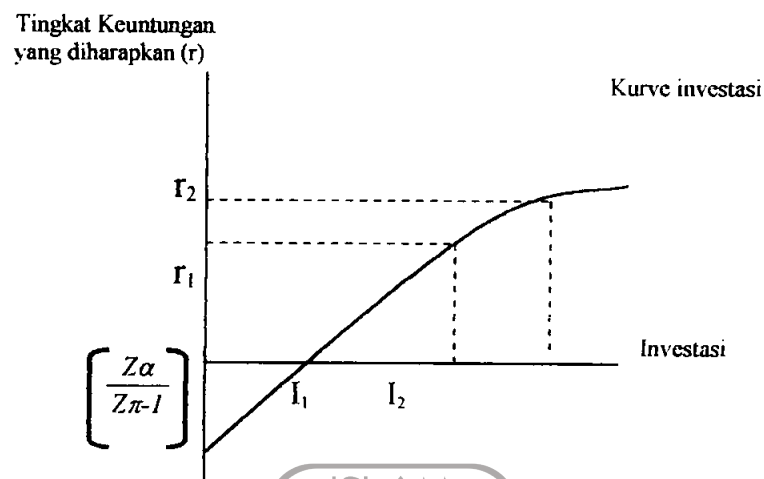
Dengan manipulasi matematis, diperoleh :

$$r = \frac{Z\alpha}{(U\pi - 1)}$$

Persamaan (10) menunjukkan besarnya tingkat keuntungan yang diharapkan pada saat investasi = 0.

Dengan demikian fungsi investasi dalam ekonomi Islam sangat berbeda dengan fungsi investasi dengan motivasi suku bunga, dan dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar: 9



Berbeda dengan perilaku ekonomi lain, dalam ekonomi Islam kasus *oportunity cost* menjadi nol (yaitu ketika aset yang tidak produktif tidak diinvestasikan), tidak akan terjadi, karena tiap aset yang telah mencapai nisab dan haul akan dikenakan zakat, karena itu dalam ekonomi Islam motivasi (dorongan) untuk investasi akan lebih tinggi daripada perilaku ekonomi lainnya.

## ii) Pengaruh Zakat terhadap Investasi

Zakat merupakan variabel yang sangat menentukan terhadap penentuan investasi. Permintaan investasi ditentukan oleh tingkat keuntungan yang diharapkan, tetapi unsur-unsur dari tingkat keuntungan tersebut adalah tingkat zakat atas aset yang tidak (kurang) produktif dan tingkat zakat atas aset keuntungan dari investasi.

Dengan demikian dapat diyakini, bahwa besarnya investasi ditentukan oleh variabel-variabel zakat. Perilaku investasi ini sangat berbeda dengan ekonomi yang digerakkan oleh tingkat bunga. Salah satu perbedaan (sebagai kelebihan) ekonomi Islam adalah ongkos *opportunitas (opportunity cost)* tidak akan menjadi nol. Yaitu ongkos *oportunitas* untuk tidak menginvestasikan aset yang tidak atau kurang produktif. Hal ini berarti, dorongan (motivasi) berinvestasi dalam ekonomi Islam lebih tinggi daripada ekonomi lainnya.

Kesimpulan ini juga merupakan anti tesis dari tesis yang menyatakan bahwa penerapan prinsip-prinsip Islam dalam perekonomian cenderung menimbulkan stagnasi ekonomi.

### **iii) Konsumsi [untuk] sebagai tanggungjawab sosial**

Menurut ajaran Islam, konsumsi yang ditujukan untuk/sebagai tanggung jawab agama dan sosial adalah kewajiban mengeluarkan zakat. Hal ini dilakukan untuk menjaga stabilitas dan keseimbangan ekonomi.

Pembayaran zakat di dalam Islam mulai efektif dilaksanakan sejak setelah hijrah dan terbentuknya negara Islam di Madinah. Orang-orang yang beriman dianjurkan untuk membayar sejumlah tertentu dari hartanya, dalam bentuk zakat. Pembayaran zakat merupakan kewajiban agama dan merupakan salah satu dari lima

rukun Islam. Kewajiban itu berlaku bagi setiap muslim yang telah dewasa, merdeka, berakal sehat, dan telah memiliki harta itu setahun penuh dalam memenuhi nisab. Zakat dikenakan atas harta kekayaan berupa : emas, perak, barang dagangan, binatang ternak tertentu, barang tambang, harta karun dan hasil panen.

Kewajiban zakat secara tegas dinyatakan dalam Alqur'an, yaitu : Zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang yang mengurusnya, orang-orang yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, untuk orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang dalam perjalanan; merupakan suatu ketentuan dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَاتِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya:

Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para *mu'allaf* yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> QS:9;60

Zakat merupakan sumber pertama dan terpenting dari penerimaan negara, pada awal pemerintahan Islam. Namun perlu dicatat, bahwa zakat bukanlah merupakan sumber penerimaan biasa bagi negara-negara di dunia, karena itu juga tidak dianggap sebagai sumber pembiayaan utama. Dengan demikian, negara bertanggung jawab dalam penghimpunan dan menggunakannya secara layak dan penghasilan dari zakat tidak boleh dicampur dengan penerimaan publik lainnya.

Zakat juga merupakan suatu input bagi upaya investasi yang dilakukan oleh umat Islam. Dalam pengertian ini, zakat dapat diwujudkan dalam bentuk uang atau sebagai modal, sehingga perekonomian tidak mampet. Oleh karenanya, dalam Islam, penumpukan uang/harta dilarang. Karena dapat menutup arus peredaran. Akibatnya dapat merintangi efisiensi usaha dan pertukaran komoditas produksi dalam perekonomian. Jika demikian maka kemakmuran tidak akan pernah tercapai. Dengan kata lain, kemakmuran dapat dilihat dari dua sisi. Sisi pertama tergantung pada produksi yang berkesinambungan. Sisi yang lain dapat diproduksi barang-barang konsumsi. Di dalam hal ini terdapat rahasia kemakmuran materi secara umum.

Menurut Islam, uang/harta yang tertumpuk atau tidak diproduksi adalah berbahaya bagi perekonomian. Penumpukan

uang dapat menimbulkan ekses yang tidak baik bagi kelangsungan perekonomian. Penumpukan uang (harta) akan menodorni manusia cenderung pada sifat-sifat menyimpang, seperti : tamak, rakus, malas beramal (zakat, infaq dan shadaqah), dan sebagainya. Kalaupun yang demikian itu memberikan harta kepada orang lain, tentu ia akan memungut bunga dan menetapkan harga barang yang tinggi. Hal demikian termasuk eksploitasi dan termasuk riba.

#### iv) Zakat : *Al-Ibadah al-Maly*

Bagi seorang muslim yang mampu, sehat dan kuat, menurut ajaran Islam diwajibkan mengeluarkan zakat. Zakat adalah salah satu rukun Islam yang lima. Meskipun zakat suatu kewajiban, namun Allah selalu mewajibkan dilihat dari kemampuan manusia yang bersangkutan. Allah tidak akan membebani hamba-Nya melebihi kemampuannya. Seorang muslim yang mampu diwajibkan mengambil sebagian hartanya dalam bentuk zakat, infaq dan shadaqah. Sebaliknya, dalam tradisi Islam, bagi orang yang tidak mampu berusaha dan tidak sanggup bekerja, serta tidak memiliki harta guna mencukupi kebutuhan hidupnya, ia berhak mendapatkan jaminan sosial dari saudara-saudaranya yang mampu. Jaminan ini, dalam tradisi Islam, biasanya berupa zakat. Jadi zakat di dalam Islam diharapkan mampu memberantas kemiskinan masyarakat.

Di dalam rumusan fiqh, zakat kerap kali disebut juga sebagai *al ibadah al maly*, yaitu pengabdian kepada Allah dalam bentuk pembelanjaan harta benda. Atau dalam teologi kontemporer disebut sebagai ibadah yang mengandung dimensi sosial. Zakat merupakan manifestasi hubungan antara manusia dengan manusia, dengan prinsip mentransfer harta dari yang kaya untuk yang miskin.

Zakat merupakan ibadah yang memiliki akar historis yang cukup panjang, seperti juga ibadah sholat. Wasiat pertama yang diberikan Allah kepada para Nabi adalah zakat, untuk kemudian disampaikan kepada umatnya.

وجعلهم ائمة يهدون بأمرنا وأوحينا إليهم فعل الخيرات وأقام الصلوات وإيتاء الزكاة وكانوا لنا

عابدين

Artinya:

Kami telah menjadikan mereka itu sebagai pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami dan telah Kami wahyukan kepada mereka mengerjakan kebajikan, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, dan hanya kepada Kami lah mereka selalu menyembah<sup>57</sup>

وجعلني مباركاً أين ما كنت وأوصاني بالصلاة والزكاة ما دمت حياً

Artinya:

<sup>57</sup> QS:21;73 .

Dan Dia menjadikan aku seorang yang diberkati di mana saja aku berada, dan Dia memerintahkan kepadaku (mendirikan) shalat dan (menunaikan) zakat selama aku hidup<sup>58</sup>

وأكتب لنا في هذه الدنيا حسنة وفي الآخرة إنا هدنا إليك قال عذابي أصيب به من اشاء  
ورحمتي وسعت كل شيء فسأكتبها للذين يتقون ويؤتون الزكاة فإنيهم يأياتنا يؤمنون

Artinya:

Dan tetapkanlah untuk kami kebajikan di dunia ini dan di akhirat; sesungguhnya kami kembali (bertaubat) kepada Engkau. Allah berfirman: “Siksa-Ku akan Kutimpakan kepada siapa yang Aku kehendaki dan rahmat-Ku meliputi segala sesuatu. Maka akan Aku tetapkan rahmat-Ku untuk orang-orang yang bertakwa, yang menunaikan zakat dan orang-orang yang beriman kepada ayat-ayat Kami<sup>59</sup>

Melalui ayat-ayat ini, secara tegas dan jelas bisa dilihat bahwa zakat disebut oleh Allah bersamaan dengan shalat, karena keduanya merupakan syi'ar dan ibadah yang diwajibkan. Kalau shalat merupakan *ibadah ruhiyah*, maka zakat adalah sebagai *ibadah amaliyah* dan *ijtima'iyah* (harta dan sosial). Akan tetapi, zakat tetap saja sebagai ibadah untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

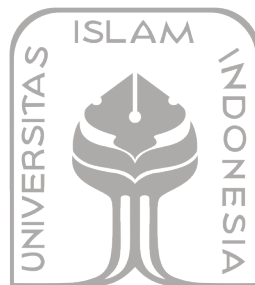
Zakat merupakan syi'ar kedua dalam Islam dan merupakan kekuatan pendanaan sosial dari kekuatan-kekuatan besar lainnya. Jika kembali pada surat *At-Taubah* ayat 60, jelas bahwa dari delapan golongan yang berhak mendapatkan atau menerima zakat, yang

<sup>58</sup> QS:19;31.

<sup>59</sup> QS:7;156.

pertama adalah fakir, kemudian disusul orang miskin. Prioritas ini menunjukkan bahwa golongan fakir dan miskin adalah golongan yang kekurangan. Dengan kata lain, dana zakat adalah dana yang diprioritaskan untuk pengentasan kemiskinan.

Istilah zakat itu sendiri, mempunyai makna ganda. Di satu sisi, bermakna membersihkan, yaitu membersihkan hati dan jiwa serta membersihkan harta.



وفى أموالهم حق للسائل والمحرم

Artinya:

Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat kebahagiaan.<sup>60</sup>

Pembersihan harta, dapat mengarahkan manusia membersihkan hati dan jiwa. Di sisi lain, zakat berarti tumbuh dan menumbuhkan. Hal ini berarti bahwa zakat berarti menumbuhkan atau mengantarkan orang yang menerimanya semakin lebih berdaya. Walaupun makna ini harus dijelaskan secara rasional bukan sekedar dogmatis.

#### v) Zakat dan Jaminan Sosial

Sebagaimana diuraikan pada bab terdahulu, dua di antara nilai instrumental ekonomi Islam adalah (1) Zakat dan (2) Jaminan Sosial.

---

<sup>60</sup> QS:51;19.

Kajian fiqiyah telah banyak membahas tentang zakat dengan berbagai seluk beluknya. Namun secara praktik dan empirik nampaknya belum banyak yang membahasnya. Pada dasarnya zakat merupakan konsep jaminan sosial yang tidak sederhana.

Jaminan sosial atau *takaful ijtimai'iyah* adalah suatu tuntutan dalam Islam yang ditujukan kepada setiap orang Islam yang mampu. Konsep ini berlaku dalam rangka tegaknya sistem Islam. Yaitu Islam tidak membiarkan umatnya menjadi umat yang miskin atau terlantar. Namun Islam berupaya mewujudkan bagi mereka kehidupan yang layak. Dalam kaitan ini, Yusuf Qardawi (1997) mengajukan konsep jaminan sosial untuk penyelesaian masalah kemiskinan umat, diantara konsepnya adalah : (1) memberi nafkah kepada sanak kerabat; (2) kewajiban zakat; (3) pemasukan negara yang lain; (4) hak-hak lain di dalam harta; dan (5) shadaqah sunnah.

Sehubungan dengan lima konsep tersebut, utamanya dalam konsep zakat, dapat disimpulkan bahwa zakat diwajibkan pada setiap harta yang aktif atau siap dikembangkan, yang sudah mencapai nisab dan sudah mencapai satu tahun serta bersih dari hutang. Pada dasarnya zakat diharapkan dapat menjadikan sempitnya jurang pemisah antara si kaya dan si miskin.

Islam mengakui adanya perbedaan antara manusia dalam masalah hak milik dan rizki. Oleh karena fitrah Allah menghendaki

adanya perbedaan di antara mereka. [lihat QS. An-Nahl : 71]. Meskipun Islam menegaskan adanya prinsip perbedaan di dalam masalah rizki dan perbedaan dalam kekayaan dan kemiskinan, tetapi jika kita lihat maka Islam juga berupaya untuk mendekatkan (mengurangi) sisi perbedaan antargolongan, sehingga membatasi penyimpangan orang-orang kaya yang mengangkat martabat orang fakir dalam rangka mewujudkan keseimbangan (tawazun) dan menghilangkan sebab-sebab pertarungan dan permusuhan antaranggota masyarakat yang satu dengan yang lainnya.

Islam sesungguhnya membenci perputaran kekayaan di tangan orang-orang tertentu yang mereka putar di antara mereka. Sementara sebagian besar orang tidak memilikinya. Islam mencintai kalau harta itu tidak hanya berkisar pada orang-orang kaya saja. Untuk hal ini Islam menyarankan penyelesaiannya, sebagai berikut : Pertama, mengharuskan orang kaya untuk tidak mengembangkan kekayaannya dengan cara-cara yang diharamkan, seperti : riba, menimbun, menipu, memperdagangkan barang-barang terlarang dan sebagainya; Kedua, diwajibkannya zakat pada harta orang-orang kaya untuk diberikan kepada orang-orang fakir dan miskin.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa zakat dapat berfungsi untuk memperbanyak jumlah pemilikan dari orang fakir dan miskin. Dengan zakat, Islam memberikan hak milik kepada

orang miskin atau fakir yang mau bekerja, yaitu dengan memberikan dana atau modal untuk memproduksi. Pada akhirnya, dapat diwujudkan keseimbangan ekonomi, yang diakibatkan oleh perilaku investasi (produksi) di kalangan masyarakat.

Islam adalah aturan yang adil dan seimbang, yang membuat perimbangan antara hak dan kewajiban, antara individu dan masyarakat, antara ruhani dan jasmani, antara dunia dan akhirat tanpa berlebihan dan tanpa mengurangi. [lihat QS, al-Baqarah : 219] dan *“tidak ada shadaqah kecuali dari kelebihan akan kebutuhan* [HR. Bukhari].

Shadaqah/zakat yang telah diuraikan di atas, dapat mempengaruhi tingkat permintaan [konsumsi dan produksi] secara agregat, utamanya adalah permintaan konsumsi. Teori hipotesis pendapatan absolut [Keynes] mengatakan, bahwa “konsumsi dalam periode waktu tergantung pada pendapatan konsumen pada periode tersebut, dimana naiknya pendapatan akan meningkatkan konsumsi [tentu saja konsumsi yang berkaitan dengan pengeluaran zakat].

Dari paparan di atas, menunjukkan bahwa pengeluaran zakat akan mempengaruhi terhadap pengeluaran [konsumsi]. Dengan demikian perilaku pengeluaran tersebut dapat dianalisis menurut fungsi konsumsi dalam bahasa matematika ekonomi, sebagai berikut

Fungsi konsumsi tanpa zakat [ $Z=0$ ] dirumuskan dengan  $K = a + bY$

Dimana:

$K$  = konsumsi

$Y$  = pendapatan

$a$  = konstanta ketika pendapatan konsumen 0, dimana  $a > 0$

$b$  = angka konstan untuk  $0 < b < 1$

Selanjutnya, hasrat konsumsi rata-rata [*average propensity to consume/ APC*] dan hasrat konsumsi marginal [*marginal propensity to consume /MPC*] dalam  $Z=0$ , adalah :

$$APC = \left( \frac{K}{Y} \right)_{Z=0} = \frac{a}{Y} + b$$

$$MPC = \left( \frac{dK}{dY} \right)_{Z=0} = b$$

Dalam ekonomi Islam  $Z > 0$ , diasumsikan bahwa :

$Y$  = pendapatan agregat muzakki dan mustahiq\*) =  $\beta Y + (Y - \beta Y)$

$\beta$  = variabel pendapatan muzakki, dimana  $0 < \beta < 1$

$\beta Y$  = pendapatan muzakki [pembayar zakat] sebelum dipotong zakat [ $\beta Y = Y_z$ ]

$Y - \beta Y$  = pendapatan mustahiq [penerima zakat], yaitu  $Y - \beta Y = (1 -$

$$\beta)Y = Y_q \text{ atau } = (1 - \beta)Y$$

$\alpha$  = tingkat zakat, dimana  $0 < \alpha < 1$

$\alpha\beta Y$  = zakat yang wajib dikeluarkan oleh muzakki [ $\alpha\beta Y = Z$ ]

$\delta$  = MPC mustahiq, dimana  $0 < \delta < 1$

$b$  = MPC muzakki, dimana  $0 < b < 1$

$a$  = angka konstan untuk  $0 > a$

Berdasarkan ketentuan dan syarat di atas, maka fungsi

konsumsi [secara agregat] dalam ekonomi Islam ( $Z > 0$ ) menjadi

$$K = a + b(\beta Y - \alpha\beta Y) + \delta[(1 - \beta)Y + \alpha\beta Y]$$

$$APC = \left(\frac{K}{Y}\right)_{Z > 0} = \frac{a}{Y} + b\beta - b\alpha\beta + \delta - \delta\beta + \delta\alpha\beta$$

$$MPC = \left(\frac{dK}{dY}\right)_{Z > 0} = b\beta - b\alpha\beta + \delta - \delta\beta + \delta\alpha\beta$$

Bila diasumsikan,  $a = 100$ ;  $b = 0,8$ ;  $\beta = 0,7$ ;  $\delta = 0,9$ ;  $\alpha = 0,025$  dan  $Y = 900$

Untuk  $Z = 0$  akan diperoleh

$$K = 820, APC = 0,91 \text{ dan } MPC = 0,8$$

Sedangkan untuk  $Z > 0$ ,

$$K = 10(630 - 15,57) + 0,9(270 + 15,75)$$

$$= 100 + 491,4 + 257,18 = 848,58$$

(lihat rumus  $Y: Y_z + Y_q$ )

$$APC = \left( \frac{849}{900} \right)_{z>0} = \frac{100}{900} + 0,56 - 0,014 + 0,9 - 0,63 + 0,016 = 0,94$$

$$MPC = \left( \frac{dK}{dY} \right)_{z>0} = 0,56 - 0,014 + 0,9 - 0,63 + 0,016 = 0,83$$

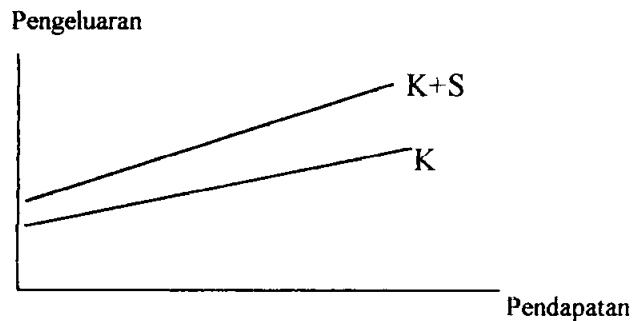
Dengan demikian dapat diketahui, bahwa :

$$APC = \left( \frac{K}{Y} \right)_{z>0} > \left( \frac{K}{Y} \right)_{z=0} \text{ dan } \left( \frac{dK}{dY} \right)_{z>0} > \left( \frac{dK}{dY} \right)_{z=0}$$

Persamaan ini akan selalu terpenuhi selama  $\delta > \beta$

Gambaran ini membuktikan bahwa pengeluaran untuk zakat dan shadaqah berakibat pada pengeluaran yang lebih besar untuk setiap tingkat pendapatan  $[K+S]$  dibandingkan dengan pengeluaran tanpa zakat  $[K]$ . Sehingga jika perilaku pengeluaran konsumen secara agregat dalam suatu masyarakat sebagaimana digambarkan pada garis  $K+S$ , maka diharapkan usaha redistribusi penghasilan dapat menguntungkan kelompok miskin yang memerlukan shadaqah/zakat. Oleh karena, hasrat konsumsi kelompok miskin relatif lebih tinggi, maka dapat meningkatkan agregat konsumsi secara nasional.

Gambar: 10



#### 4. Kepuasan dan Rasionalitas dalam Konsumsi

##### a) Kepuasan Konsumen

Teori kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa merupakan teori pokok dalam analisis mikro ekonomi. Kepuasan konsumsi merupakan bagian dari teori perilaku konsumen. Seorang konsumen dalam mengkonsumsi barang/jasa sehingga memperoleh kepuasan selalu menggunakan kerangka rasionalitas. Sehingga manusia rasional adalah manusia yang berusaha mencapai kepuasan maksimum dalam kegiatan konsumsinya. Rasionalitas konsumsi pada teori mikro ekonomi konvensional dikembangkan berdasarkan asumsi-asumsi sebagai berikut :

- 1) Setiap orang yang rasional akan memilih barang yang disenangi, karena barang yang lebih diminati menyuguhkan kepuasan yang lebih besar dari barang yang kurang diminati;
- 2) Menguasai barang lebih banyak lebih baik daripada barang lebih sedikit;
- 3) Orang akan memperoleh kepuasan maksimum apabila seluruh uangnya/ pendapatannya telah habis dibelanjakan.<sup>61</sup>

<sup>61</sup> T. Gilarso, *Op Cit*, 75

Berdasarkan asumsi-asumsi di atas, jelas bahwa tujuan konsumen rasional dari kegiatan konsumsinya adalah memaksimumkan kepuasan materiil. Ajaran Adam Smith berkaitan dengan kepuasan konsumen mengatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dihitung secara kuantitatif dengan memakai satuan *util* [guna] untuk menunjukkan besar kepuasan yang diperoleh seseorang. Pendekatan yang dipakai dalam mengukur kepuasan seseorang ini adalah pendekatan *utilitas*, yaitu pendekatan yang memakai prinsip *utilitas*. Pendekatan atau prinsip ini berkembang terus dan telah disepakati oleh hampir semua pakar ekonomi mikro konvensional. Akhirnya dari pendekatan tersebut muncul formulasi *utilitas* sebagai berikut:

$$U = U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

X adalah jumlah tiap-tiap barang yang dikonsumsi.

Dalam mengkonsumsi barang, seseorang dapat memperoleh utilitas baik langsung maupun tidak langsung. Utilitas langsung adalah utilitas yang memberikan kepuasan langsung kepada individu, misalnya nasi adalah barang yang memberikan utilitas langsung kepada pemakannya. Sedangkan utilitas tidak langsung adalah sesuatu yang memberikan kepuasan tidak langsung, misalnya : pendapatan.

Pendapatan baru akan memberikan kepuasan jika telah dibelanjakan, dan barang atau jasa yang dibeli itulah yang memberikan kepuasan.

Ada beberapa asumsi yang dapat dijadikan pegangan dalam menghitung besar kecilnya kepuasan yang diperoleh konsumen. Menurut teori mikro ekonomi konvensional, asumsi-asumsi tersebut adalah :

1. Tingkat utilitas total yang dicapai oleh seseorang konsumen merupakan fungsi dari kuantitas berbagai barang yang dikonsumsi;
2. Konsumen akan memilih barang-barang yang akan memaksimalkan utilitasnya dengan tunduk kepada kendala anggaran mereka;
3. Utilitas dapat diukur secara kardinal;
4. *Marginal Utility* (MU) dari setiap unit tambahan barang yang dikonsumsi akan menurun. MU adalah perubahan *Total Utility* (TU) yang disebabkan oleh tambahan satu unit barang yang dikonsumsi [centris paribus].

Pada umumnya formulasinya dibentuk dengan suatu fungsi sebagaimana fungsi di atas. Apabila barang dan jasa yang dibeli dibedakan menjadi konsumsi (X) dan barang tahan lama yang dikuasai (Y), maka persamaan fungsi tersebut menjadi :

$$U = U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n; Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n)$$

Penambahan utilitas akan menyebabkan *Total Utility* (TU) semakin bertambah, tetapi sesuai dengan asumsi ke empat di atas, perubahan total utility akibat adanya tambahan satu unit barang yang dikonsumsi, *Marginal Utility* (MU) akan semakin menurun.

Kepuasan maksimal seorang konsumen akan dicapai apabila seluruh pendapatannya telah dibelanjakan dan saat terpenuhinya syarat maksimum, yaitu tercapainya kondisi di mana utilitas marginal dari mata uang terakhir yang dibelanjakan untuk suatu barang tertentu tepat sama dengan utilitas marginal dari unit mata uang terakhir yang dibelanjakan untuk barang lain. Dengan kata lain, kondisi ini dapat diformulasikan dalam rumus sebagai berikut :

$$= \frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \text{MU per rupiah pendapatan}$$

Melihat adanya kelemahan pendekatan utilitas untuk mengukur kepuasan konsumsi seseorang, maka Nicholson (1991) menawarkan pendekatan *indefferens*. Kelemahan pendekatan utilitas adalah “tidak adanya alat yang bisa digunakan untuk mengukur utilitas tersebut dan adanya kesulitan menerapkan asumsi *centris paribus* dalam analisa”. Untuk itu, kepuasan dapat diukur dengan menggunakan skala preferensi. Berangkat dari pendekatan ini, Samuelson (1995) menawarkan ukuran kepuasan dengan kurve indefferen.

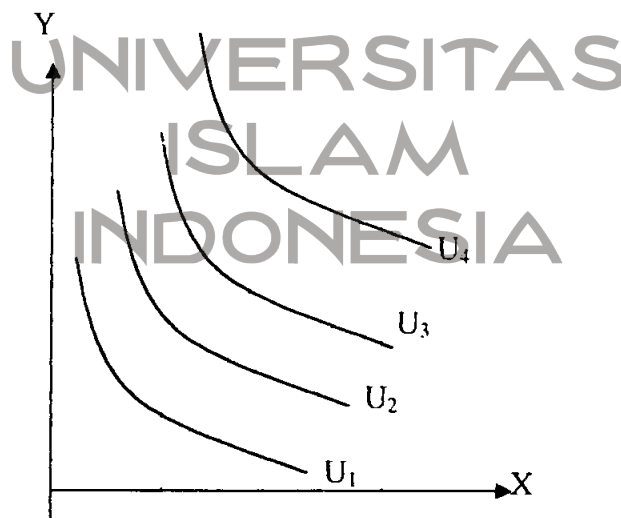
Kurva indefferen adalah kurva yang menunjukkan konsumsi atau pembelian barang-barang yang menghasilkan tingkat kepuasan yang sama pada setiap titiknya. Hal ini berarti, seseorang tidak akan lebih puas pada saat berada pada titik tertentu dibandingkan dengan titik-titik lain pada kurva yang sama, atau kurva yang menghubungkan

titik-titik kombinasi barang yang dikonsumsi yang memberikan kepuasan yang sama.

Pendekatan kurva indefferen menggunakan asumsi-asumsi. Dua asumsinya sama dengan asumsi pendekatan utilitas [yaitu : kepuasan diperoleh setelah mengkonsumsi barang; dan kepuasan maksimal tunduk kepada kendala anggaran yang ada. Sementara dua asumsi yang lain adalah berbeda dengan pendekatan utilitas, yaitu : [1] konsumen memiliki skala preferensi; [2] *Marginal Rate of Substitution* (MRS) menurun untuk tingkat utilitas tertentu.

Bentuk kurva indefferen biasanya digambarkan sebagai berikut:

Gambar: 11



Salah satu ciri pendekatan indefferen adalah adanya skala preferensi. Skala preferensi merupakan skala yang digunakan seorang konsumen untuk menentukan alternatif pilihannya dalam konsumsi. Jadi skala atau fungsi preferensi adalah “suatu sistem atau serangkaian

aturan untuk memenuhi pilihan konsumsi.” Berlakunya fungsi prefensi dalam konsumsi sangat ditentukan oleh : [1] kelengkapan barang yang akan dikonsumsi; dan [2] transitivitas barang.

Perilaku konsumsi seseorang, menurut teori konvensional sangat ditentukan oleh besarnya anggaran untuk konsumsi. Batas anggaran tersebut akhirnya membentuk garis anggaran. Garis anggaran adalah garis yang menunjukkan jumlah barang yang dapat dibeli dengan jumlah pendapatan atau anggaran tertentu, pada tingkat harga tertentu. Garis anggaran bercirikan dengan : [1] berslope negatif; [2] berbentuk linier sepanjang harga tidak berubah; [3] nilai dari garis anggaran semakin ke kanan semakin besar; dan [4] garis anggaran akan bergeser jika terjadi perubahan anggaran atau harga.

Persamaan garis anggaran dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$I = Q_x \cdot P_x + Q_y \cdot P_y$$

Dimana :

$I$  = Pendapatan

$Q_x$  = jumlah barang X

$P_x$  = harga barang X

$Q_y$  = jumlah barang Y

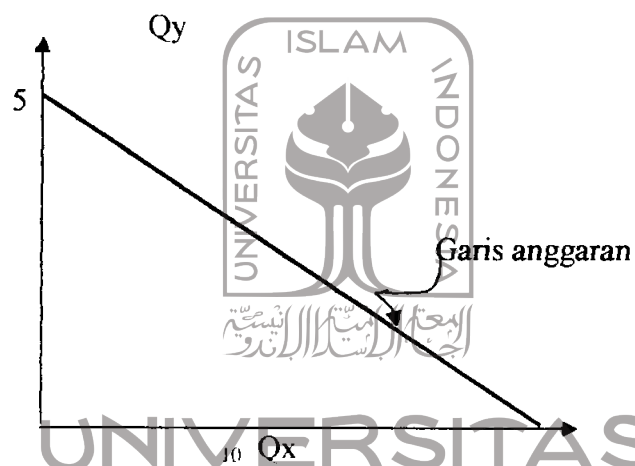
$P_y$  = harga barang Y

Sedangkan persamaan slop garis anggaran adalah sebagai berikut

$$\text{Slope} = - \frac{I/P_y}{I/P_x}$$

Gabungan antara garis anggaran dengan slope yang terjadi dalam konsumsi, maka dapat digambarkan dalam kurver sebagai berikut :

Gambar: 11

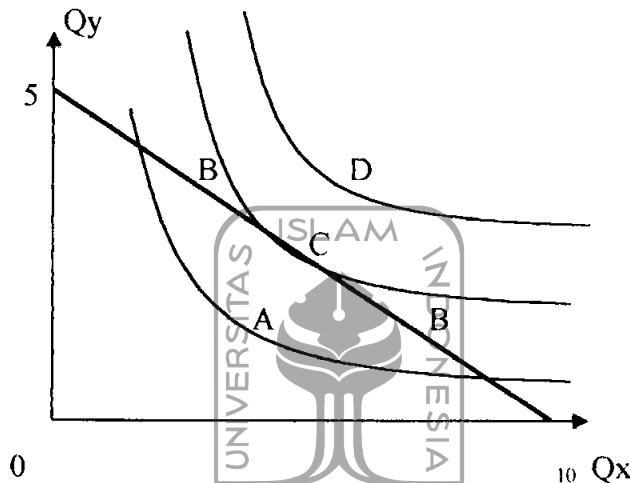


Gambar di atas dapat dipahami, seseorang dapat membeli berapa saja barang dan jasa yang diinginkan selama berada pada daerah anggaran, dan seseorang yang rasional akan membeli barang-barang yang diinginkannya itu hingga tepat berada pada garis anggaran. Batas garis anggaran menunjukkan kepuasan maksimum yang dapat dicapai. Dengan demikian, kepuasan maksimum konsumen -- dalam teori konvensional -- dapat dicapai bila : [a] keadaan tersebut terjadi pada kurva indiferens tertinggi yang bersinggungan dengan garis anggaran; [2]

keadaan tersebut terjadi pada titik singgung antara kurve indifferen tertinggi pada garis anggaran.

Perhatikan gambar berikut ini :

Gambar: 12



Gambar (12) di atas dapat dipahami, bahwa keadaan D konsumen tidak mendapatkan kepuasan maksimal, sebab meskipun  $U_3 > U_2 > U_1$ , tetapi tidak bersinggungan dengan garis anggaran/pendapatan. Demikian pula dengan keadaan A. kepuasan maksimum juga tidak akan diperoleh pada keadaan B, karena meskipun bersinggungan dengan garis anggaran/pendapatan, tetapi tidak berada pada kurve indifferen tertinggi. Akan tetapi, konsumen akan mendapat kepuasan maksimum pada titik C karena titik ini berada pada kurve indifferen tertinggi yang bersinggungan dengan garis anggaran pendapatan dan merupakan titik singgung antara kurve indifferen tertinggi dengan garis anggaran.

Menurut Islam, tujuan konsumsi adalah memperoleh masalah terbesar, sehingga ia dapat mencapai kemenangan di dunia dan diakhirat [lihat Al-Qashash: 77]. Dengan demikian, pendekatan utilitas – yang berlaku dalam ekonomi konvensional – perlu ditinjau ulang dalam kerangka Islam.

Kaidah atau postulat konsumsi dalam Islam, telah tegas diformulasikan dalam Al-Qur'an dan Hadis Rasul. Dengan demikian seorang muslim akan mencapai tingkat konsumsi yang baik atau mencapai kepuasan maksimal dalam konsumsi, apabila konsumsi yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama. Beberapa kaidah yang dapat diacu adalah :

1. “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi ...”<sup>62</sup>
2. “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rizki yang baik-baik yang Kami berikan ...”<sup>63</sup>
3. “Sesungguhnya allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang [ketika disembelih] menyebut nama selain Allah ...”<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> QS:2;68;

<sup>63</sup> QS:2;172.

<sup>64</sup> QS:2;173.

4. Diharamkan bagimu [makanan] bangkai, darah, daging babi, [daging hewan] yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas kecuali sempat disembelihnya<sup>65</sup>
5. "... dan janganlah kamu berlebih-lebihan [dalam berkonsumsi]. Sesungguhnya allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."<sup>66</sup>
6. "... sesungguhnya pemboros-pemboros itu saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar terhadap Tuhannya."<sup>67</sup>
7. "Makanlah dan minumlah, namun jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan"<sup>68</sup>
8. Makanlah di antara rizki yang baik yang telah Kami berikan. Dan janganlah melampaui batas kepadanya ..."<sup>69</sup>
9. Dan orang-orang yang apabila membelanjakan [harta], mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak [pula] kikir, dan adalah [pembelanjaan itu] di tengah-tengah antara yang demikian."<sup>70</sup>

---

<sup>65</sup> QS:5;3 .

<sup>66</sup> QS:5;4.

<sup>67</sup> QS:17;27.

<sup>68</sup> QS:7;31.

<sup>69</sup> QS:20;81.

<sup>70</sup> QS:25;67.

Di samping ayat-ayat Al-Qur'an tersebut di atas, Nabi SAW memberikan bimbingan kepada umat muslim dalam melakukan konsumsi, diantara haditsnya dinyatakan :

1. Makanlah, minumlah, berpakaianlah dan bershadaqahlah tanpa kecongkakan dan berlebih-lebihan, karena sesungguhnya Allah suka melihat ni'mat-Nya atas hamba-Nya [HR. Ahmad, Nasa'i; Ibnu Majah; al-Hakim dan di-hasan-kan dalam Shahih al-Jami'ash-Shaghir]
2. Tidaklah anak Adam [manusia] memenuhi satu kantungpun yang lebih buruk daripada lambungnya [perutnya]. Cukuplah baginya beberapa [suap] makanan yang dapat menegakkan tulang punggungnya, jika memang demikian maka sepertiga [perutnya] untuk makanannya; sepertiga untuk minumannya dan sepertiga untuk nafasnya [HR. Ibnu Majah; Ibnu Hibban; al-Hakim]
3. Jauhilah olehmu berfoya-foya karena hamba-hamba Allah [yang taat] itu bukanlah orang-orang yang berfoya-foya [HR. Ahmad dan Baihaqi]
4. Orang-orang yang paling buruk dari umatku adalah orang-orang yang dijejali kenikmatan, mereka yang makan dengan bermacam-macam makanan, berpakaian dengan bermacam-macam busana dan banyak bicara omong kosong [HR. Ibnu Abid Dunya; al-Baihaqi; at-Thabrani; Tamam dari Abu Umamah]

5. Seorang muslim makan dalam satu usus sedangkan orang kafir makan dalam tujuh usus [HR. Muttafaq 'Alaih dari Abu Hurairah]

Berdasarkan beberapa ayat Al-Qur'an dan hadis di atas, kiranya dapat dijadikan rujukan dalam membangun teori konsumen, utamanya yang berkaitan dengan kepuasan konsumsi dan rasionalitas konsumsi.

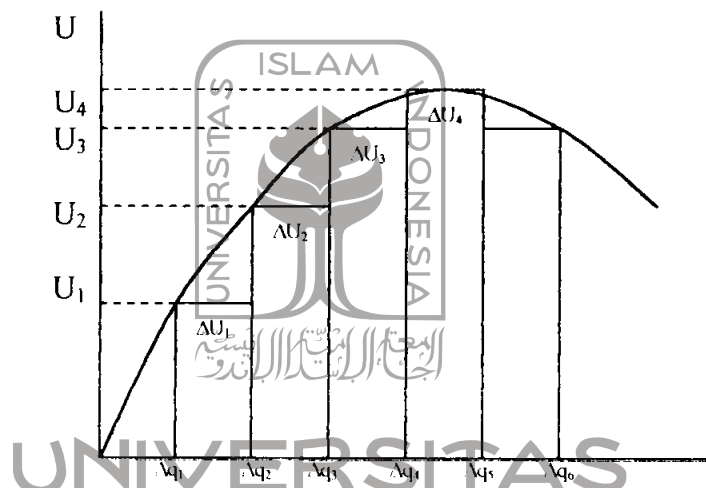
Di dalam membangun teori konsumsi dalam kerangka Islam ini, tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip ekonomi Islam, sebagaimana yang telah disampaikan di depan.

Untuk mengetahui, kapan seorang konsumen [muslim] mencapai kepuasan atau kepuasan maksimal, perlu kiranya dijelaskan terlebih dahulu tentang kepuasan itu sendiri. Menurut pakar ekonomi konvensional, kepuasan dibagi menjadi dua, yaitu : kepuasan langsung dan kepuasan tidak langsung. Menurut kerangka Islam [Nataatmadja, 1987] menjelaskan, bahwa kepuasan dalam Islam meliputi : kepuasan konsumtif dan kepuasan kreatif. Kepuasan konsumtif akan menghasilkan kepuasan siap kreasi, sebab konsumsi yang dilakukan seorang muslim akan memberikan kekuatan fisiknya, sehingga ia dapat menjadi lebih kreatif. Dengan kata lain, ia akan memperoleh energi setelah mendapatkan kepuasan konsumtif sehingga ia siap untuk berkreasi.

Kepuasan siap kreasi optimal dapat diketahui dari perintah Rasul SAW, yaitu untuk berhenti makan sebelum kenyang. Hal ini

disebabkan karena pada saat itulah kondisi kreasi dapat diperoleh. Nataatmadja [1987] menggambarkan dalam kurva dengan menggunakan istilah utilitas, sebagai istilah untuk menunjukkan kepuasan, sebagai berikut :

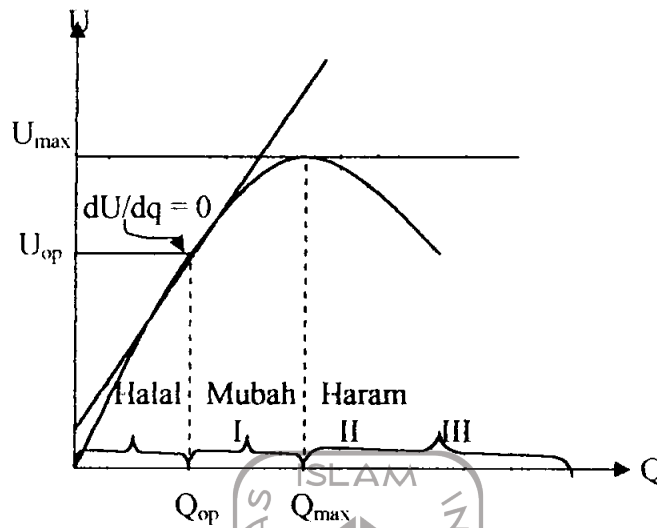
Gambar: 13



Dari gambar di atas dapat dilihat, bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh dari kegiatan konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu semakin lama semakin bertambah, tetapi pertambahannya [kepuasan marginal = dalam istilah konvensional] semakin lama semakin berkurang. Unit  $Q_1$  memberikan kepuasan sebesar  $U_1$ , unit  $Q_2$  memberikan kepuasan sebesar  $U_2$ , dan seterusnya.

Gambaran kepuasan dan keadaan siap kreasi optimal diperoleh, dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar: 14



Dari gambar di atas terlihat bahwa kepuasan optimal yang menghasilkan keadaan siap kreasi maksimal berada pada titik di mana pertambahan kepuasan yang diperoleh atas pertambahan jumlah barang yang dikonsumsi sama dengan harga barang. Menurut hukum Islam, ada tiga hukum yang berlaku dalam konsumsi, yaitu : perilaku konsumsi dapat menjadi sesuatu yang halal, mubah atau haram. Hukum halal berlaku pada daerah I, yaitu daerah di mana seseorang wajib makan; mubah berlaku pada daerah II, yaitu daerah seseorang harus berhati-hati dalam makan karena telah mencapai kepuasan optimal; dan makan menjadi haram jika telah menempati daerah III, yaitu pada saat seseorang dalam makan mencapai kepuasan maksimum tetapi ia masih terus menambah barang yang dimakannya.

Pada saat keadaan makan berada di  $dU/dQ = 0$  berarti berlaku ajaran Rasul SAW. **“berhenti makan sebelum kenyang”**, pada saat inilah seseorang telah mencapai kepuasan optimum. Sedangkan jika seseorang telah mencapai kepuasan maksimum, maka ia harus berhenti makan. Hal ini sesuai dengan ajaran Al-Qur'an, bahwa **“seseorang tidak boleh berlebihan atau melewati kemampuan/ukuran”** dan ajaran Rasul, yang menyatakan **“... sepertiga [perutnya] untuk makanannya; sepertiga untuk minumannya dan sepertiga untuk nafasnya”**. Melebihi batas-batas kemampuan konsumsi, maka status barang dan jasa yang dikonsumsi, walaupun dulunya bertatus halal dapat menjadi haram. Walaupun harus selalu bagi seorang muslim dalam mengonsumsi bahan makanan, yaitu bahan makanan harus halal dan baik [*halalan thayibah*].

Jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi oleh seseorang berbeda satu dengan yang lain. Tetapi yang pasti, tidak terletak pada kuantitas maksimal. Hal ini sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW., penyebabnya adalah :

1. Jika seseorang berada pada keadaan  $q$  maksimum maka tambahan terakhir tidak ada gunanya sebab tambahan itu sebesar nol atau  $\delta U = 0$  karena pada saat itu  $dU/dq = 0$

2. Pada saat  $q$  maksimum konsumen menurunkan kreativitasnya karena kekenyangan yang mendatangkan rasa mengantuk, malas, sehingga hukumnya haram;
3. Pada saat  $q$  maksimum, berarti konsumen telah membuang hasil kreasinya sendiri yang merupakan rizki dari Allah, sehingga konsumsi harus dihentikan pada saat tambahan manfaat dari sejumlah unit yang dikonsumsi terakhir sama dengan nilai uang yang dipakai untuk membelinya, yaitu  $Pdq = dU$ .
4. Pada butir c di atas, bukan berarti seseorang memberukan rumus kuantitatif untuk utilitas/kepuasan tetapi berguna untuk menunjukkan adanya hasil kreasi yang bisa dikaitkan dengan kepuasan, paling tidak pada dunia rasa.
5. Persamaan pada butir c di atas menyatakan bahwa pertambahan [disebut marginal] nilai konsumsi sama dengan pertambahan nilai daya guna marginal yang dapat digambarkan pada  $q$  optimal.

Teori kepuasan yang dibicarakan pada teori konvensional, merupakan teori kepuasan konsumen pada saat mengkonsumsi barang-barang yang menghasilkan status hukum berkonsumsi barang dan menguasai barang-barang tahan lama yang semakin lama semakin bertambah. Sementara pertambahannya semakin lama semakin berkurang. Dalam kerangka Islam, apa yang dibelanjakan seorang

muslim [dalam mengeluarkan shodaqah], maka pertmbahan kepuasan konsumen akan tetap. Sesuai dengan ajaran al-Qur'an, bahwa :

*“perumpamaan [nafkah yang dikeluarkan oleh orang-orang yang menafkahkan] di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap butir [menumbuhkan] seratus biji. Dan Allah Maha Luas [karunia-Nya] lagi Maha Mengetahui.”<sup>71</sup>*

Seorang konsumen yang menggunakan nilai-nilai Islam, tidak diperbolehkan memakai fungsi tujuan non-Islam dalam kegiatan konsumsinya. Seorang konsumen muslim mempunyai tujuan mencapai keridhloaan Allah dengan berpedoman pada Al-Qur'an dan al-Hadis. Prinsip yang menyatakan, bahwa di dalam hartanya terdapat harta orang lain, sehingga pendapatannya tidak hanya digunakan untuk membeli barang-barang dan jasa untuk menguasai barang tahan lama [investasi] saja, tetapi juga mempunyai fungsi sosial [shodaqah], sehingga fungsi daya guna konsumen meliputi fungsi konsumsi, fungsi investasi, dan fungsi shadaqah.

Sehubungan dengan hal tersebut, Metwally [1995], mengatakan bahwa fungsi daya guna konsumsi tersebut dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$U = \psi X_1, \dots, X_n : Y_1, \dots, Y_m : S$$

Dimana :

---

<sup>71</sup> QS:2:61.

$U$  = kepuasan konsumen

$X_n$  = barang yang dikonsumsi pada periode waktu tertentu

$Y_m$  = barang tahan lama yang dikuasai

$S$  = pengeluaran untuk sedekah

Barang-barang yang dikonsumsi [ $X_n$ ] dan barang-barang tahan lama yang dikuasai [ $Y_m$ ] merupakan barang-barang yang halal dan bersih dalam pandangan Islam. Untuk itu seluruh barang yang dikonsumsi [ $X_n$ ] harus dikurangi dengan barang-barang yang tidak halal, sehingga barang yang dikonsumsi menjadi barang yang halal dan baik [*halalan tayyibah*] untuk dikonsumsi [ $X_k$ ]. Dengan demikian formula di atas berubah menjadi :

$$U = U(X_1, \dots, X_k : Y_1, \dots, Y_m : S)$$

Dimana  $X_k$  merupakan barang-barang konsumsi yang halal dan baik [*halalan tayyibah*] dan  $k < n$

Untuk mencapai kepuasan maksimal – dalam kerangka konvensional– seseorang selalu dibatasi oleh pendapatannya, sehingga ia harus puas dengan mengalokasikan sejumlah pendapatan yang diperolehnya saja, tidak dapat lebih dari pada itu. Dalam pandangan Islam – Metwally [1995] – mengatakan bahwa besar pendapatan yang dialokasikan untuk  $X_k$  di atas jelas berupa banyaknya pendapatan yang digunakan untuk barang-barang yang dikonsumsi.

Sedangkan yang dialokasikan untuk  $Y_m$  dapat berupa penyusutan dan biaya oportunitas, perbaikan dan premium atas barang-barang tahan lama yang dikuasai. Dengan demikian, adanya kendala pendapatan terhadap perilaku konsumsi, dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$S + \sum_{j=1}^k (P_j, x_j) + \sum_{i=1}^m (l_i, y_i) = M, S > 0$$

Dimana :

$S$  = pengeluaran untuk shadaqah

$k$  = jumlah barang yang dapat dikonsumsi

$l_i$  = premium tahun ke- $i$  yang ditanggung oleh seorang konsumen karena menguasai barang tahan lama

$l$  = mewakili biaya penyusutan, perbaikan, biaya oportunitas karena menguasai barang-barang tahan lama

Pendapatan seorang muslim dikatakan optimum jika pendapatan tersebut dikurangi oleh zakat, sehingga kendala pendapatan seorang konsumen dapat diformulasikan ke dalam persamaan berikut :

$$S + S + \sum_{j=1}^k (P_j, x_j) + \sum_{i=1}^m (l_i, y_i) = M, (1 - \alpha)M$$

Dimana :

$\alpha$  = tingkat zakat yang dikeluarkan

$M$  = total pendapatan konsumen

Konsumen muslim akan mencapai kondisi seimbang pada saat jumlah barang yang dikonsumsi dan barang tahan lama yang dikuasai terjadi pada titik dimana perbandingan antara kepuasan marginal dan harganya adalah sama untuk semua barang konsumsi, barang konsumsi tahan lama dan juga sama dengan kepuasan marginal dari pengeluaran shadaqah. Keadaan ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{(dU/dx_j)}{P_j} = \frac{(dU/dy_i)}{I_i} = \frac{dU}{dS}$$

Hal penting yang diperhatikan adalah seorang konsumen dalam melakukan konsumsi selalu dibatasi oleh jenis barang yang dikonsumsi. Seorang konsumen muslim dalam membeli barang dan jasa konsumsi maupun barang/jasa tahan lama dari pinjaman atau penghasilan yang mengandung bunga, dan pendapatan bersih seorang konsumen muslim merupakan pendapatan yang telah dikurangi zakat. Dengan demikian keseluruhan konsumsi yang dikeluarkan seorang muslim, diformulasikan sebagai berikut :

$$(M - Z) - \sum_{j=1}^k (P_j, x_j) \times \sum (I_i, y_i) - S = 0$$

Dimana :

$Z$  = zakat yang dikeluarkan atas pendapatan konsumen

$S$  = Shadaqah yang dikeluarkan oleh konsumen

Secara keseluruhan dapat dikatakan, bahwa perilaku konsumsi bagi seorang muslim disamping terkendalikan oleh pendapatan, juga terkendalikan oleh keadaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi [barang harus halal dan baik /halalan tayyibah]. Kecuali itu kendali atas shadaqah, zakat dan kandungan bunga atas barang atau jasa tahan lama akan mempengaruhi perilaku konsumsi bagi seorang muslim.

#### **b) Rasionalitas Konsumen Muslim,**

Dalam literatur ekonomi umum, perilaku konsumen (*consumer behavior*) dinyatakan dengan fungsi utilitas. Seorang konsumen dikatakan rasional apabila yang bersangkutan berusaha memaksimumkan fungsi utilitasnya yang ditentukan oleh banyaknya barang yang dikonsumsi dan banyaknya barang tahan lama (*durable goods*) yang dikuasai pada tingkat pendapatan tertentu. Inilah yang disebut sebagai Fungsi Tujuan Konsumen Rasional.

Menurut pendekatan konvensional, seorang konsumen yang rasional akan mencapai utilitas maksimum, yang memberikan kepuasan (*satisfaction*) yang maksimum pula. Ketika fungsi tujuannya mencapai maksimum yaitu ketika perbandingan antara utilitas marginal dengan harga barang konsumsi, atau dengan harga barang-barang konsumsi tahan lama, sama untuk semua jenis barang. Dalam

keadaan ini, semua pendapatan telah terbelanjakan habis untuk barang-barang tersebut.

Kondisi di atas secara matematis dapat diformulasi dalam Fungsi Tujuan Utilitas Konsumen Rasional sebagai berikut :

$$U = f(X_i, Z_j)$$

Di mana :

- U = total utilitas yang dicapai konsumen karena mengkonsumsi barang  $X_i$  dan barang tahan lama  $Z_j$
- $X_i$  = jumlah barang ke- $i$  yang dikonsumsi pada periode tertentu
- $Z_j$  = jumlah barang tahan lama ke- $j$  yang dikonsumsi pada periode tertentu.

Apabila dianggap bahwa harga barang ke- $i$  adalah  $h_i$  dan harga barang tahan lama ke- $j$  adalah  $r_j$  per periode tertentu. Harga barang tahan lama dapat berupa bunga, ongkos kapital, biaya kerusakan dan penyusutan, maka fungsi utilitas maksimum, yang memberikan kepuasan maksimum adalah :

$$\sum_{i=1}^m h_i X_i + \sum_{j=1}^n r_j Z_j = P$$
$$P = \text{Pendapatan Konsumen}$$

Fungsi kendala pendapatan

Dengan demikian syarat maksimalisasi utilitas adalah sebagai berikut :

|                                     |     |                                     |     |         |     |                                     |     |                                     |     |                                     |     |                                     |               |
|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|---------|-----|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|---------------|
| $\frac{\delta u / \delta X_1}{h_1}$ | $=$ | $\frac{\delta u / \delta X_2}{h_2}$ | $=$ | $\dots$ | $=$ | $\frac{\delta u / \delta X_m}{h_m}$ | $=$ | $\frac{\delta u / \delta Z_1}{r_1}$ | $=$ | $\frac{\delta u / \delta Z_2}{r_2}$ | $=$ | $\frac{\delta u / \delta Z_n}{Z_n}$ | $\rightarrow$ |
|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|---------|-----|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|---------------|

Dengan kerangka perilaku konsumen rasional menurut ekonomi umum di atas, maka konsumen muslim yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam konsumsinya akan berperilaku berbeda dengan analisis perilaku di atas. Fungsi tujuan konsumen muslim rasional mencapai maksimum tidak hanya dengan mengkonsumsi sejumlah barang dan menguasai sejumlah barang tahan lama, melainkan, juga bahkan lebih diharapkan adalah membelanjakan pendapatannya untuk amalan shaleh sesuai yang dikehendaki Allah SWT.<sup>72</sup> Apabila pengeluaran konsumen di luar belanja barang-barang konsumsi dan penguasaan barang-barang tahan lama dikelompokkan ke dalam zakat, infaq dan shadaqah, maka fungsi tujuan konsumen muslim merupakan fungsi dari jumlah barang yang dikonsumsi, jumlah barang yang tahan lama yang dikuasai dan jumlah zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) serta harta milik (barang) yang harus diberikan kepada saudaranya yang sangat membutuhkan. Sebagaimana dinyatakan Rasulullah, “*berikanlah kepada saudaramu sesuatu yang paling kamu sukai*”. Pengeluaran

---

<sup>72</sup> QS : 18;46

ZIS dan yang terakhir ini yang membedakan perilaku konsumen muslim dengan konsumen lainnya, karena seorang muslim memandang dan meyakini akan memperoleh pahala, imbalan dan berkah yang lebih besar,<sup>73</sup> ketika membelanjakan pendapatannya untuk ZIS, dan akan diperolehnya baik di dunia maupun di akhirat.

Dengan demikian secara matematis, fungsi tujuan konsumen muslim rasional, melalui pertimbangan perilaku dan keseimbangan konsumen Muslim dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$U = a + f(X_i, Y_j, Z_k)$$

Dimana :

$U$  = total utilitas yang dicapai konsumen karena mengkonsumsi

barang  $X_i$  dan barang tahan lama  $Z_j$

$X_i$  = jumlah barang ke-i yang dikonsumsi pada periode tertentu

$Y_j$  = jumlah barang ke-j yang direlakan untuk dikonsumsi saudara-

---

<sup>73</sup> QS : 2;261

nya yang membutuhkan

$Z_k$  = jumlah barang tahan lama ke- $k$  yang dikonsumsi pada periode tertentu.

$a$  = jumlah pengeluaran untuk ZIS atau utilitas yang diterima seba-

gai akibat dari dikeluarkannya Zakat sebagai  $A$

- Andaikan hanya sejumlah  $m$  dari  $p$  barang konsumsi yang dapat (halal) dikonsumsi dan hanya sejumlah  $n$  dari  $q$  barang yang direlakan untuk dikonsumsi oleh saudaranya yang membutuhkan dan hanya sejumlah  $o$  dari  $r$  barang tahan lama yang dapat dikonsumsi (dikuasai) tanpa bunga;
- Andaikan pula bahwa besarnya pendapatan bersih setelah dikeluarkan ZIS adalah  $P_s$  dimana  $P_s = (1-\delta) P$ , maka maksimisasi adalah seperti pada rumus di atas.
- Dengan kendala pendapatan yang dihadapi, maka fungsinya sebagai berikut :

|                      |                        |                                 |
|----------------------|------------------------|---------------------------------|
| $m$                  | $n$                    | $o$                             |
| $\sum_{i=1} h_i X_i$ | $+ \sum_{j=1} q_j Y_j$ | $+ \sum_{k=1} r_k Z_k \leq P_s$ |

$X_i \geq 0 ; Y_j \geq 0 ; Z_k$

Sehingga :

$$X_i \geq 0 ; Y_j \geq 0 ; Z_k \geq 0 ; a > 0$$

Berdasarkan fungsi tersebut dapat dibuat fungsi turunan untuk masing-masing fungsi konsumsi, sebagai berikut :

$$\delta u / \delta X = a + \delta f / \delta X$$

$$\delta u / \delta Y = a + \delta f / \delta Y$$

$$\delta u / \delta Z = a + \delta f / \delta Z$$

Timbul pertanyaan bagaimana cara yang ditempuh untuk mencapai maksimisasi fungsi tujuan konsumen muslim rasional tersebut?

Sebagaimana ditegaskan oleh Mannan, bahwa Islam mengajarkan “tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi”. Seorang konsumen muslim hanya diperkenankan mengonsumsi barang dan jasa yang halal. Bahkan jumlah yang dikonsumsi dari suatu barang dibatasi hanya sebatas kebutuhan dan bersifat sederhana. Rasulullah mengajarkan pola konsumsi dengan masing-masing sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman dan sepertiga untuk lainnya. Konsekuensinya, jumlah jenis barang yang dapat dikonsumsi akan lebih sedikit, dan jumlah yang dikonsumsi atas suatu barang juga lebih sedikit.

Dalam ekonomi Islam, seorang muslim dilarang menerima dan membayar bunga. Bunga uang dipandang sebagai *kelebihan*<sup>74</sup> yang

---

<sup>74</sup> QS: 2,273-278.

memberatkan pihak pengutang. Ekonomi Islam lebih bertumpu pada kerjasama dengan sistem mudharabah. Peluang keuntungan dari risiko masing-masing ditanggung oleh kedua belah pihak secara proporsional sesuai dengan kesepakatan. Ini tidak berarti bahwa penguasaan barang-barang tahan lama menjadi gratis, tetapi bunga digantikan dengan bagi hasil. Walaupun demikian keduanya berbeda, karena secara prinsip sistem bunga tidak menanggung risiko dan mengenakan beban sejumlah tertentu, sementara pada sistem mudharabah semua pihak ikut menanggung risiko dan tidak mengenal beban tetap.

Secara empirik tidaklah mudah memasukkan biaya bagi hasil ke dalam pendapatan. Oleh karena itu, untuk keperluan analisis teoritis permasalahan disederhanakan dengan menganggap bagi hasil dapat ditambahkan ke dalam penyusutan, ongkos perbaikan dan ongkos *opportunities (opportunity cost)*. Konsekuensi dari ketiadaan bunga dalam ekonomi Islam membuat jumlah barang-barang khususnya barang-barang konsumsi tahan lama cenderung menjadi lebih sedikit, lebih disesuaikan dengan kebutuhan riil dan keterbatasan pendapatan. Hal ini berarti, konsumen muslim tidak diperbolehkan mengkonsumsi barang-barang tahan lama yang mengandung bunga, apalagi jika prioritas kebutuhannya rendah.

Pendapatan konsumen tidak dibelanjakan semuanya untuk barang-barang konsumsi dan jasa, tetapi sebagian untuk pengeluaran ZIS. Selain itu Islam mengajarkan agar pendapatan dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan yang memang dibutuhkan menurut prioritasnya dan dilarang untuk menghambur-hamburkan atau membelanjakannya secara boros.<sup>75</sup> Implikasinya adalah konsumen muslim tidak akan membelanjakan semua pendapatan bersihnya (*disposable income*) untuk barang-barang konsumsi dan jasa, tetapi sebagian untuk ZIS dengan pola pengeluaran yang menghindari sifat boros dan sia-sia. Dengan demikian, kendala pendapatan yang dihadapi oleh seorang konsumen dalam rangka memaksimumkan fungsi utilitasnya adalah pendapatan bersih setelah dikeluarkan untuk ZIS.

## 5. Motif dan Tujuan Perilaku Konsumen dalam Islam

Setelah dibahas pola konsumsi dalam kerangka Islam, yang di dalamnya beberapa kendala harus diperhatikan, maka untuk selanjutnya perlu dibahas motif dan tujuan perilaku konsumen dalam kerangka Islam. Sebagaimana dikatakan pada bagian sebelumnya, bahwa perilaku konsumsi bagi seorang muslim di samping terkendala

---

<sup>75</sup> QS:17,27.

oleh pendapatan, juga terkendala oleh keadaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi [barang harus halal dan baik /halalan tayyibah]. Kecuali itu kendala atas shadaqah, zakat dan kandungan bunga atas barang atau jasa tahan lama akan mempengaruhi perilaku konsumsi bagi seorang muslim.

Kendala-kendala tersebut perlu diperhatikan bagi seorang muslim, mengapa? Sebab, perilaku ekonomi dalam kehidupannya didasarkan pada tiga prinsip umum, yaitu :

### 1. Percaya pada Hari Akhir [*The belief in the Last Day*]

Ajaran Islam mengajarkan kepada umatnya untuk percaya pada Hari Akhir/ Kiamat dan kehidupan di akhirat dengan percaya kepada Allah. Ini adalah rentangan waktu kehidupan seorang muslim mulai dari lahir sampai meninggal dunia. Kehidupan sebelum mati dan kehidupan sesudah mati adalah saling berhubungan dalam pola yang berurutan. Dengan demikian, seseorang yang melakukan konsumsi akan memiliki efek terhadap dua alam kehidupan, *pertama* adalah berhubungan dengan pilihan selama kehidupan di dunia, dan *kedua* adalah efek terhadap kehidupan yang akan datang [akhirat]. Oleh karena itu, utilitas yang diperoleh dari sesuatu yang dipilih merupakan keseluruhan nilai yang ada saat ini dalam mempengaruhi dua alam tersebut. Selanjutnya, sejumlah pilihan atas pendapatan

seseorang yang diperoleh di dunia seharusnya dapat menambah semua keuntungan yang akan digunakan untuk bekal kehidupan di akhirat. Sebagai contoh, pengeluaran untuk hal-hal kebajikan, seperti infaq, shadaqah, dan semacamnya, merupakan bekal yang sangat baik bagi manusia untuk kehidupan di akhirat.

## 2. Konsep Islam tentang Keberhasilan [*The Islamic concept of success*]

Sukses menurut Islam adalah suatu sikap konsen terhadap Allah dan bukan hanya keadaan akumulasi kekayaan. Konsep keberhasilan dalam Islam senantiasa dikaitkan dengan nilai-nilai moral. Siddiqi mengatakan “keberhasilan terletak dalam kebaikan. Dengan perilaku manusia yang semakin sesuai dengan pembakuan-pembakuan moral dan semakin tinggi kebaikannya, maka dia semakin berhasil. ... Selama hidupnya, pada setiap fase keberadaan, pada setiap langkah, individu Muslim selalu berusaha berbuat selaras dengan nilai-nilai moral”.

Menurut ajaran Islam, sebagai seorang hamba Allah, manusia harus secara positif menggunakan kemampuannya dan sumber daya yang diberikan oleh Allah secara baik. Hal ini mencakup semua aktivitas selama hidup di dunia dalam memenuhi kebutuhannya, akan tetapi ia tidak diperbolehkan untuk mengeksploitasi terhadap

makhluk Allah. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan alam dan sumber daya yang ada harus dilakukan secara baik, yang kesemuanya dilakukan sebagai suatu kewajiban terhadap Allah [ibadah].

### 3. Konsep Islam tentang Kaya [*The Islamic concept of riches*]

Konsep harta, kekayaan dan pendapatan dalam Islam merupakan suatu konsep yang unik. Harta, kekayaan atau pendapatan menurut istilah dalam Islam disebut dengan *mal*. *Mal* apakah ia dipandangan sebagai kekayaan atau pendapatan, keduanya adalah karunia dari Allah. *Mal* bukanlah suatu laknat. Surga bukan hanya terbuka bagi orang miskin, tetapi surga juga dan sama terbuka bagi orang yang kaya. Karena harta atau kekayaan sebagai karunia Allah, maka ia harus digunakan untuk memenuhi dan mencukupi kebutuhan manusia. Oleh karena itu, dalam hal pembelanjaan harta, Rasulullah mengajarkan :

*Suatu ketika Nabi [Muhammad SAW.] bertanya kepada para sahabatnya: "Kepada siapakah di antara kamu harta milik ahli warisnya lebih berharga daripada miliknya sendiri? Mereka menjawab : Setiap orang menganggap harta miliknya sendiri lebih berharga daripada milik ahli warisnya". Kemudian Nabi bersabda : "hartamu adalah apa yang kamu pergunakan dan harta ahli warismu adalah yang tidak kamu pergunakan" [dalam As-Saba'i].*

Itulah sebabnya, ketika harta merupakan alat untuk membeli barang dan jasa yang akan mendatangkan kepuasan, maka harta tersebut

akan dibelanjakan untuk barang-barang yang bermanfaat bukan yang dilarang.

### C. Kajian Penelitian yang Telah Ada

Berkaitan dengan upaya menganalisis konsep “Rasionalitas Konsumsi dalam Perspektif Islam”, yakni tujuan konsumsi rasional *Jama'ah Tablig*, pada bab ini, penulis akan mengkaji beberapa tulisan maupun hasil penelitian mengenai konsumsi dalam ekonomi konvensional dan konsumsi dalam perspektif Islam, untuk mencari konsep tujuan konsumsi rasional dan perbedaannya dengan konsep tujuan konsumen dalam perspektif Islam, sehingga dapat menggambarkan mata rantai penelitian ini dengan berbagai tulisan dan penelitian yang sudah dihasilkan sebelumnya.

Sub ini bertujuan untuk menggambarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan agar dapat dijadikan acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Penelitian yang khusus membahas mengenai konsep tujuan konsumsi *Jama'ah Tablig* menurut penulis sejauh ini belum pernah dilakukan, tetapi kajian/penelitian terpisah mengenai teori perilaku konsumen konvensional dan konsumsi dalam ekonomi Islam telah dilakukan.

Para ahli ekonomi konvensional telah memberikan beberapa pengertian perilaku konsumen, di antaranya Walter Nicholson (1991), “Teori Ekonomi Mikro I”. Ia berpendapat bahwa manusia rasional adalah manusia yang berusaha mencapai kepuasan maksimum dalam kegiatan konsumsinya. Rasionalitas perilaku konsumen tersebut kemudian dapat dilihat dari asumsi-asumsi yang dikembangkannya, antara lain; asumsi setiap orang yang rasional akan memiliki barang yang disenangi, dan penguasaan barang yang lebih banyak dan lebih baik daripada barang sedikit serta orang akan memperoleh kepuasan maksimum apabila seluruh uangnya/pendapatannya telah habis dibelanjakan.<sup>76</sup> Lebih lanjut Gilarso (1993) menegaskan bahwa dalam hukum Gossen yang pada pokoknya mengatakan:

*Seorang konsumen yang bertindak rasional akan membagi-bagi pengeluaran uangnya untuk membeli berbagai macam barang sedemikian rupa hingga kebutuhan-kebutuhannya terpenuhi secara seimbang, artinya sedemikian rupa hingga rupiah terakhir yang dibelanjakan untuk membeli sesuatu memberikan marginal utility yang sama, entah dikeluarkan untuk membeli barang yang satu atau untuk membeli barang yang lain.<sup>77</sup>*

Hal ini dapat dilihat bahwa untuk membelanjakan sesuatu, didasarkan atas perbandingan antara *marginal utility* yang diperoleh dari konsumsi barang tersebut dan harga yang harus dibayar untuk memperolehnya.

---

<sup>76</sup> Walter Nicholson, *Op Cit.*

<sup>77</sup> T. Gilarso, *Op Cit.*

Adapun pendapat para pakar ekonomi Islam yang telah mengemukakan dan mengembangkan teori konsumsi dan perilaku konsumsi, di antaranya MA. Mannan (1997) menyatakan dalam “Teori dan Praktek Ekonomi Islam, bahwa hakekat konsumsi (dalam Islam) adalah upaya menjauhi larangan-larangan dan melaksanakan perintah mengenai mengkonsumsi makanan dan minuman.<sup>78</sup> Hal ini harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi. Selanjutnya, tentang perilaku boros dan *tabzir* dalam mengkonsumsi barang yang tidak pada *lumrahnya* dikurangi dan bahkan dihindari karena Islam menekankan perilaku yang mengutamakan kepentingan orang lain. Begitu pula sikap moderat dalam perilaku konsumsi diharapkan menjadi gaya konsumsi Islam yang elastis. Lebih lanjut Nejatullah Siddiqi (1991) dalam “Kegiatan Ekonomi dalam Islam” mengatakan bahwa dalam Islam, tujuan perilaku konsumen tidak lain hanyalah untuk mencapai keridhaan Allah semata, dengan tunduk pada norma-norma Islam. Seorang konsumen muslim harus puasa dengan mengikuti aturan yang ditetapkan Islam dalam kegiatan konsumsinya.<sup>79</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa Islam sebagai agama yang memiliki ajaran universal dan komprehensif telah mengatur bagaimana cara seorang Muslim melakukan konsumsi. Islam mengatur

---

<sup>78</sup> Mannan, *Op Cit*

<sup>79</sup> Nejatullah Siddiqi, *Op Cit*.

dalam konsumsi tidak boleh *israf* dan *tabzir*. Konsumsi seorang Muslim bukan hanya untuk kepentingan dunia saja, tetapi juga untuk kepentingan akhirat. Untuk menjalankan aktivitas konsumsi yang demikian diperlukan suatu rasionalitas.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Penentuan metode penelitian ini berangkat dari tujuan penelitian yang telah dirumuskan pada bab terdahulu. Di dalam bab ini akan dibahas hal-hal yang berkaitan dengan metode penelitian ini, sebagai berikut:

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang mempunyai tujuan khas, yaitu untuk mendiskripsikan kebutuhan khusus dengan memahami makna dan gejala. Gejala kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gejala rasionalitas konsumsi, yang dilakukan oleh anggota *Jama'ah Tabligh*. Untuk menguatkan analisis hasil penelitian ini, maka dibantu dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk mencari pengaruh beberapa variabel yang diduga memberikan pengaruh terhadap rasionalitas konsumsi seorang Muslim.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif eksploratif yang menampilkan data/fakta yang ada di lapangan, adapun tahapan-tahapannya sebagai berikut:

### 1. Tahap Deskriptif

Pada tahapan ini, penulis mengkaji dengan melakukan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan yang sejati, tidak dengan jalan induksi melainkan dengan intuisi, yaitu dengan mengerahkan perhatian pada fenomena yang ada dalam kesadaran, yaitu untuk menemukan konsep dasar tujuan konsumen rasional dalam perspektif Islam (*Jama'ah Tabligh*) dan perbedaannya dengan tujuan konsumsi rasional dalam perspektif konvensional dengan obyektif. Pada tahap reduksi, penulis mengarahkan penelitiannya sehingga mendapatkan konsep utama dari tujuan konsumen rasional dimaksud.

### 2. Tahap Eksploratif

Tahap ini adalah tahap penelitian lapangan yang dilakukan penulis dalam rangka mencapai data empirik tentang tingkat religiusitas *Jama'ah Tabligh*, tingkat pendidikan dan jenis kelamin dan selanjutnya penulis meneliti rasionalitas konsumen mereka dan sejauh mana korelasinya dengan hal dimaksud

### 3. Tahap Analisis

Pendekatan yang digunakan pada tahap ini adalah

pendekatan deskriptik analitik yang dimaksudkan untuk mengkaji dan menganalisis dalam upaya mencari konsep atau rumusan baru yang lebih sempurna dan rasional dengan memilih dan mengkaji secara kritis bahan bacaan dan referensi serta hasil eksplorasi lapangan guna mendukung data kepustakaan yang berkaitan dengan teori konsumsi dengan memusatkan perhatian analisis pada konsep teori konsumsi konvensional dan teori konsumsi dalam perspektif Islam.

### **B. Penentuan Varibel Pokok**

Variabel merupakan hal penting dalam proses penelitian. Variabel adalah gejala yang dicermati selama penelitian. Adapun variabel penelitian yang diukur dan dimanipulasi dalam penelitian ini, meliputi: variabel independen adalah (1) Religiusitas Konsumen (2) Tingkat Pendidikan; dan (3) Jenis Kelamin. Sedangkan yang termasuk dalam variabel dependen dalam penelitian ini adalah Rasionalitas Konsumen.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan non-eksperimen. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional, yang dilakukan secara *Expost Facto*. *Expost Facto* diterapkan dalam penelitian ini karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian-kejadian berlangsung.

### C. Penentuan Populasi

Populasi merupakan kesatuan orang atau benda yang memiliki sifat-sifat yang sama dan mereka akan dikenai generalisasi kesimpulan penelitian. Populasi berupa suatu ukuran yang menempati suatu wilayah tertentu. Populasi adalah benar-benar nyata bukan suatu yang diangan-angan peneliti saja. Sehubungan dengan penelitian ini, maka populasi penelitian adalah masyarakat Temboro Kec. Karas Kab. Magetan Jawa Timur. Jumlah penduduk atau populasi penelitian sebesar 3.000 orang.

### D. Penentuan Sampel

Keterbatasan biaya, waktu dan jangkauan penelitian serta pertimbangan teknis pelaksanaan lainnya, menjadikan ketidakmungkinan penelitian ini dilaksanakan secara populasi. Untuk mengatasi hal tersebut, maka penelitian dilakukan secara sampel. Sampel merupakan contoh individu atau orang atau benda yang menjadi bagian dari populasi yang dikenai perlakuan penelitian. Agar sampel yang dikenai penelitian ini dapat mewakili atau representatif dengan populasi penelitian, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan menggunakan *Stratified Random Sampling*. Teknik ini digunakan dengan memperhatikan karakteristik strata sampel, dan memberikan kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk menjadi sampel.

Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil sesuai

dengan komposisi: jenis kelamin, tingkat pendidikan dan lokasi sebesar 75% dari populasi dengan komposisi dalam tabel berikut:

Tabel (1): Gambaran Sample Penelitian

| Lokasi       | Jenis Kelamin |     | Tingkat Pendidikan |     |     |     |    |    |
|--------------|---------------|-----|--------------------|-----|-----|-----|----|----|
|              | L             | P   | SD                 | SMP | SMA | D3  | S1 | S2 |
| Desa Temboro | 97            | 103 | -                  | -   | 81  | 103 | 11 | 5  |

### E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Penentuan metode dan teknik pengumpulan data sangat berkaitan dengan variabel yang diungkap dalam penelitian. Berdasarkan pada pertimbangan tersebut di atas, maka metode dan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah: angket, observasi, dan wawancara.

### F. Instrumen Penelitian

#### 1. Pengembangan Instrumen

Sesuai dengan metode dan teknik pengumpulan data penelitian ini, maka instrumen penelitian ini dikembangkan sesuai dengan variabel penelitian. Berangkat dari variabel penelitian kemudian dijabarkan dalam sub variabel sampai kepada dimensi yang kemudian ditetapkan sebagai item-item angket. Dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel (2): Pengembangan Instrumen Penelitian Variabel Religiusitas

& Rasionalitas Konsumsi

| Variabel              | Indikator                    | Nomor Item                                                     |
|-----------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Religiusitas          | 1. <i>Arkanul Islam</i>      | 6; 11; 14; 18                                                  |
|                       | 2. <i>Arkanul Iman</i>       | 1; 2; 3; 4; 5; 7; 8; 9; 10; 12; 13; 15; 16; 17; 19; 20; 21; 23 |
| Rasionalitas Konsumsi | 3. <i>Halal &amp; Tayyib</i> | 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10                                        |
|                       | 4. <i>Tabdzir dan Israf</i>  | 7                                                              |
|                       | 5. <i>Zakat Harta</i>        | 12, 13, 14, 15                                                 |

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum instrumen penelitian diterapkan di kancah, maka perlu dilakukan uji coba. Tujuan uji coba instrumen adalah untuk mengetahui keabsahan instrumen untuk mengukur variabel penelitian. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Teknik analisis validitas instrumen dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Dari hasil analisis validitas ditemukan hasil untuk masing-masing variabel penelitian sebagaimana tertera dalam tabel berikut:

Tabel Uji Validitas Instrumen Religiusitas dan Rasionalitas Konsumsi

Tabel (3): Religiusitas

**TABEL RANGKUMAN ANALISIS BUTIR**

Putaran Ke-4 pada Taraf Signifikansi : 0.05

| Butir<br>No. | $r_{xy}$ | $r_{pq}$ | P     | Status |
|--------------|----------|----------|-------|--------|
| 1.           | 0,671    | 0,641    | 0,000 | o.k.   |
| 2.           | 0,586    | 0,542    | 0,000 | o.k.   |
| 3.           | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 4.           | 0,651    | 0,623    | 0,000 | o.k.   |
| 5.           | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 6.           | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 7.           | 0,651    | 0,623    | 0,000 | o.k.   |
| 8.           | 0,561    | 0,613    | 0,000 | o.k.   |
| 9.           | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 10.          | 0,671    | 0,641    | 0,000 | o.k.   |
| 11.          | 0,586    | 0,542    | 0,000 | o.k.   |
| 12.          | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 13.          | 0,651    | 0,623    | 0,000 | o.k.   |
| 14.          | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 15.          | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 16.          | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 17.          | 0,651    | 0,623    | 0,000 | o.k.   |
| 18.          | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 19.          | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 20.          | 0,671    | 0,641    | 0,000 | o.k.   |
| 21.          | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 22.          | 0,671    | 0,641    | 0,000 | o.k.   |
| 23.          | 0,322    | 0,298    | 0,027 | o.k.   |

Tabel (4): Rasionalitas

### TABEL RANGKUMAN ANALISIS BUTIR

Putaran Ke-4 pada Taraf Signifikansi : 0.05

| Butir No. | $r_{xy}$ | $r_{pq}$ | P     | Status |
|-----------|----------|----------|-------|--------|
| 1.        | 0,586    | 0,542    | 0,000 | o.k.   |
| 2.        | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 3.        | 0,651    | 0,625    | 0,000 | o.k.   |
| 4.        | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 5.        | 0,396    | 0,256    | 0,018 | o.k.   |
| 6.        | 0,396    | 0,356    | 0,010 | o.k.   |
| 7.        | 0,651    | 0,625    | 0,000 | o.k.   |
| 8.        | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 9.        | 0,396    | 0,256    | 0,018 | o.k.   |
| 10.       | 0,671    | 0,641    | 0,000 | o.k.   |
| 11.       | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 12.       | 0,671    | 0,641    | 0,000 | o.k.   |
| 13.       | 0,651    | 0,625    | 0,000 | o.k.   |
| 14.       | 0,378    | 0,366    | 0,014 | o.k.   |
| 15.       | 0,396    | 0,256    | 0,018 | o.k.   |

Berdasarkan hasil analisis validitas instrumen penelitian, kedua instrumen penelitian (lihat tabel 3 dan 4) menunjukkan koefisien korelasi yang signifikan. Dengan demikian, item instrumen tersebut menunjukkan kevalidannya. Di samping instrumen penelitian memiliki nilai kesahihan yang baik, juga dituntut memiliki nilai konsistensi hasil yang baik dan dapat diandalkan. Kondisi konsistensi instrumen atas hasil yang diperoleh menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk

digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Teknik analisis reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Dari hasil analisis ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel (5): Religiusitas

**\*\* TABEL RANGKUMAN ANALISIS**

|                    |              |   |         |
|--------------------|--------------|---|---------|
| Cacah Butir        | : N          | = | 23      |
| Cacah Kasus Semula | : N          | = | 20      |
| Cacah Data Kosong  | : NG         | = | 0       |
| Cacah Kasus Jalan  | : NJ         | = | 20      |
| Sigma X            | : $\sum X$   | = | 4326    |
| Sigma X Kuadrat    | : $\sum X^2$ | = | 605746  |
| Variansi X         | : $a^2x$     | = | 33.080  |
| Variansi Y         | : $a^2y$     | = | 348.465 |
| Koef. Keandalan    | : $r_{tt}$   | = | 0.927   |
| Peluang Ralat      | : P          | = | 0,000   |

Tabel (6): Rasionalitas

**\*\* TABEL RANGKUMAN ANALISIS**

|                    |              |   |         |
|--------------------|--------------|---|---------|
| Cacah Butir        | : N          | = | 15      |
| Cacah Kasus Semula | : N          | = | 20      |
| Cacah Data Kosong  | : NG         | = | 0       |
| Cacah Kasus Jalan  | : NJ         | = | 20      |
| Sigma X            | : $\sum X$   | = | 2326    |
| Sigma X Kuadrat    | : $\sum X^2$ | = | 605746  |
| Variansi X         | : $a^2x$     | = | 16.080  |
| Variansi Y         | : $a^2y$     | = | 174.465 |
| Koef. Keandalan    | : $r_{tt}$   | = | 0,672   |
| Peluang Ralat      | : P          | = | 0,001   |

---

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas instrumen menunjukkan, bahwa reliabilitas instrumen religiusitas dan rasionalitas adalah reliabel. Dengan koefisien reliabilitas instrumen secara berturut-turut : variabel religiusitas sebesar 0,972 ( $p = 0,00001$ ) dan variabel rasionalitas sebesar 0,672 ( $p = 0,001$ )

### **G. Teknik Analisis Data**

Penggunaan teknik analisis data penelitian sangat tergantung pada tujuan dan pendekatan penelitian. Dengan demikian penelitian deskripsi dengan inferensial, penelitian berhipotesis atau non hipotesis akan menggunakan teknik analisis yang berbeda satu dengan yang lainnya.

Sesuai dengan pendekatan dan tujuan penelitian ini, maka teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **1. Analisis *Univariate***

Analisis ini menggunakan teknik stasistik deskriptif prosentase. Tujuan analisis ini adalah untuk mendapatkan gambaran atau mengidentifikasi kecenderungan masing-masing variabel. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan menetapkan rentangan pada masing-masing kategori yang telah ditetapkan pada variabel penelitian. Rumus yang digunakan untuk mencari rentangan

adalah sebagai berikut<sup>1</sup>

## 2. Analisis Bivariate

Analisis ini dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh perbedaan satu variabel terhadap variabel yang lainnya. Dengan kata lain, teknik ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik “analisis variant satu jalur”.

## 3. Analisis Multivariate

Analisis ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh seluruh variabel independen penelitian ini terhadap variabel dependen. Teknik yang digunakan adalah dengan variant dua jalur.

Baik teknik analisis *Univariate*, *Bivariate*, maupun *multivariate*, perhitungan analisisnya dilakukan dengan bantuan komputer dengan program *Microsta*.

---

<sup>1</sup> Irianto, 1988; 24

## **BAB IV**

### **DATA EMPIRIK JAMA'AH TABLIGH DI DESA TEMBORO**

#### **A. Gambaran Umum Desa Temboro**

##### **1. Keadaan Geografi, Demografi, Sosial dan Ekonomi**

Untuk mengetahui dan meneliti tentang obyek yang jelas dalam penelitian ini, maka sebelumnya akan disampaikan gambaran tentang Desa Temboro. Sedangkan yang akan dibicarakan dalam uraian tentang keadaan Geografi Desa Temboro adalah:

###### **a. Letak Daerah**

Desa Temboro adalah suatu desa yang terletak di kaki gunung Lawu, tepatnya di kaki sebelah Timur. Terletak di wilayah Kecamatan Karas Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur. Sedangkan jarak ke Ibu Kota Kabupaten Magetan adalah 4,0 km.

###### **b. Luas Tanah**

Desa Temboro mempunyai luas tanah 512, 450 Ha.

###### **c. Batas-batas Desa**

Sebelah Utara : Desa Karas

Sebelah Timur : Desa Tanjung Sepuh

Sebelah Selatan : Desa Kedung Guwo

Sebelah Barat : Desa Taji

#### **d. Keadaan Alam/Tanahnya**

Tanah di Desa Temboro terdiri dari tanah sawah dan tanah kering, yaitu pekarangan dan tegal/kebun. Bentuk wilayahnya datar. Desa ini termasuk desa yang subur karena curah hujan di atas sedang dan mendapat aliran/irigasi dari telaga Sarangan yang sangat mendukung terhadap pertanian dengan mayoritas penduduknya petani.

Adapun yang berkaitan dengan demografi dan sosial dapat dijelaskan di bawah ini:

##### **a. Keadaan Demografi/Penduduk**

Keadaan demografi dari Desa Temboro yang mempunyai luas 512, 450 Ha berpenduduk 4531 orang/jiwa.

##### **b. Keadaan Sosial**

Desa Temboro daerah yang cukup maju dan agamis, hal ini nampak dari lingkungan sosialnya, adalah sebagai berikut:

Gedung SD : 2 buah

Gedung MI : 1 buah

Gedung MTs : 4 buah

|                  |           |
|------------------|-----------|
| Gedung MA        | : 3 buah  |
| Pondok Pesantren | : 1 buah  |
| Masjid           | : 13 buah |

Sebagai masyarakat desa, nampak sebuah kehidupan kegotongroyongan dalam berbagai kegiatan, disamping mayoritas penduduknya beragama Islam (taat). Di desa ini berkembang aliran Lembaga Dakwah yang terkenal dengan nama *Jama'ah Tabligh* yang berpusat di Pondok Pesantren *Al Falah*, tepatnya di tengah-tengah Desa tersebut.

#### e. Keadaan Ekonominya

Untuk lebih jelasnya tentang keadaan mata pencaharian penduduk Desa Temboro, akan disebutkan di bawah ini:

|                  |                      |
|------------------|----------------------|
| - Petani         | : 695 KK             |
| - Pengusaha      | : 45 KK              |
| - Buruh Tani     | : 421 KK             |
| - Buruh Industri | : 95 KK              |
| - Buruh Bangunan | : 250 KK             |
| - Pedagang       | : 75 KK              |
| - Pegawai Negeri | : 146 KK             |
| - ABRI           | : 11 KK              |
| - Pensiunan      | : 45 KK <sup>1</sup> |

---

<sup>1</sup> Monografi Desa Temboro 2000

## 2. Keadaan Struktur Pemerintahan

Desa Temboro Kecamatan Karas Kabupaten Magetan terbagi atas 6 Rukun Warga (RW) dan 18 Rukun Tangga (RT). Gambaran umum tentang Desa ini untuk mendukung data dalam membantu memberikan gambaran analisis data lapangan (empirik), mengingat bahwa kualitas manusia sangat dipengaruhi oleh lengkap tidaknya sarana dan prasarana yang tersedia dalam membentuk tata pikir dan tata laku yang lebih dinamis.

### B. Gambaran Umum Jama'ah Tabligh

Islam sebagai suatu syariat yang dibawa oleh Rasul terakhir, yaitu Nabi Muhammad saw mempunyai keunikan tersendiri. Syariat ini bukan saja menyeluruh (komprehensif), tetapi juga universal.

Antonio mengatakan bahwa pilar terpenting dalam keyakinan seorang muslim adalah kepercayaan bahwa manusia diciptakan oleh Allah dan ia harus tunduk kepada-Nya. Ini merupakan “piagam kebebasan Islam” dari segala bentuk-bentuk penindasan.<sup>2</sup> Al Qur'an telah tegas menyatakan bahwa tujuan utama dari misi kenabian Muhammad adalah melepaskan

---

<sup>2</sup> M. Syafi'i Antonio, *Op Cit*, 17

manusia dari beban dan rantai yang membelenggunya.<sup>3</sup> Konsep Islam sangat jelas, bahwa setiap individu berhak menggunakan kemerdekaannya sepanjang tetap berada dalam kerangka norma-norma Islami.

Seiring dengan perkembangan zaman, telah dapat disaksikan suatu revolusi di bidang hubungan dan komunikasi. Terutama di bidang transportasi pemikiran dan informasi yang cepat dan dekat yang mengakibatkan munculnya problem yang belum pernah dihadapi generasi terdahulu. Antara lain 'uzlah (عزلة) atau mengisolasi diri, adalah suatu yang tidak mungkin lagi dapat dilakukan baik secara pribadi maupun sosial. Manusia modern dihadapkan kepada badai informasi yang membingungkan serta kontradiksi di sekitar partai politik, gelombang pemikiran, politik, aliran-aliran agama dan filsafat. Sedangkan kebenaran obyektif hampir tidak ada.

Salah satu akibat dari perkembangan gelombang pemikiran maupun aliran-aliran adalah munculnya aliran dalam Islam sendiri, salah satunya yaitu "*Jama'ah Tabligh*".

## 1. Pengertian dan Sejarah Berdirinya

*Jama'ah Tabligh* adalah suatu *jama'ah Islamiyah* yang da'wahnya

---

<sup>3</sup> Qs: 7, 157

berpijak kepada penyampaian (*Tabligh*) tentang keutamaan-keutamaan ajaran Islam kepada setiap orang yang dapat dijangkau.<sup>4</sup>

Kemudian Amir KH. Nor Thohir mengatakan: “*Jama'ah Tabligh*” adalah lembaga da'wah Islam yang menyampaikan ajaran-ajaran yang baik dengan berdasar pada Hadits Nabi:

بلغوا عني ولو آية

“Sampaikan apa-apa yang kau (manusia) dapatkan dariku sekalipun satu ayat.<sup>5</sup> *Jama'ah* ini memahamkan pada setiap pengikutnya agar meluangkan sebagian waktunya untuk menyampaikan dan menyebarkan da'wah dengan menjauhi bentuk-bentuk kepartaian dan masalah-masalah politik.

Lebih lanjut Syaikh Al Hilali mengatakan:

“Telah muncul pada abad ke-14 di daerah Timur dan Barat di belahan bumi ini sebuah lembaga da'wah yang pengikutnya mukhlis dan penyabar dalam menghadapi tantangan-tantangan dalam penyebarannya serta tahan dalam pengabdianya. Mereka (manusia) menyebutnya dengan *Jama'ah Tabligh*.”<sup>6</sup>

Dari tiga pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Jama'ah Tabligh* adalah sebuah aliran Islam yang bergerak di bidang

<sup>4</sup> Wami, 1993;74

<sup>5</sup> Wawancara 5 Mei 2001

<sup>6</sup> Rahman, 1990;163

da'wah/penyiaran ajaran-ajaran Islam yang baik (الأمر بالمعروف) tanpa harus menyampaikan hal-hal yang bersifat larangan.<sup>7</sup>

*Jama'ah Tabligh* didirikan oleh Syaikh Muhammad Ilyas Kandahlawi. Beliau lahir di sebuah desa di Saharnapur, India pada tahun 1303 H dan meninggal pada tahun 1364 H. Semasa hidupnya ia menuntut ilmu di desanya, kemudian pindah ke Delhi sampai berhasil menyelesaikan studinya di sekolah Diobond. Sekolah ini merupakan sekolah terbesar untuk pengikut Imam Hanafi di anak benua India yang didirikan pada tahun 1283 H/1867 M.<sup>8</sup>

Sebagai seorang pendiri *Jama'ah* ini, ia merupakan amir pertama. Pertama kali ia belajar kepada kakak kandungnya, yaitu Syaikh Muhammad Yahya, seorang guru di Madrasah Muzhahir al-'Ulum, Saharnapur.

Adapun para *Syaikh Jama'ah Tabligh* yang terkenal selain beliau adalah; Syaikh Rosyid Ahmad Kankuhi (1879 – 1905) yang dibaiat menjadi anggota *Jama'ah* pada tahun 1315 H oleh Syaikh Muhammad Ilyas. Kemudian ia memperbarui baiatnya kepada Syaikh Khalil Ahmad Saharnapuri. Syaikh ini mempunyai hubungan dengan Syaikh Abdurahim Ra'i Fauzi dan banyak menimba ilmu dan pendidikan darinya. Ia juga

---

<sup>7</sup> Wawancara 5 Mei 2001

<sup>8</sup> Wami, *Op Cit*, 65

berguru kepada Syaikh Asraf Ali al-Tahanawi (1200-1364 H)/1863-1943 M), salah seorang tokoh ulama Madrasah Diobond dan pemimpin *Jama'ah Tabligh*.

Sedangkan teman-teman dekat Syaikh Muhammad Ilyas Kandahlawi antara lain:

1. Syaikh Abdurahim Syah Diobond al-Tablighi yang menghabiskan waktunya untuk urusan *Tabligh* bersama-sama Syaikh Muhammad Ilyas dan putranya Syaikh Muhammad Yusuf.
2. Syaikh Ihtisyam Kandahlawi yang menikah dengan saudara perempuan Syaikh Muhammad Ilyas. Beliaulah orang kepercayaan khusus Syaikh. Ia menghabiskan usianya untuk memimpin *Jama'ah* dan mendampingi Syaikh Muhammad Ilyas.
3. Syaikh Abu-al-Hasan Ali al-Hasani al-Nadawi, Direktur *Dar-al-'Ulum, Nadwah Ulama* di Lucknow, India. Beliau seorang penulis Islam besar dan mempunyai hubungan kuat dengan *Jama'ah*.

Sepeninggal Syaikh Muhammad Ilyas Kandahlawi, kepemimpinan *Jama'ah* diteruskan oleh putranya, Syaikh Muhammad Yusuf Kandahlawi (1917-1965). Ia dilahirkan di Delhi. Sering berpindah-pindah mencari ilmu dan menyebarkan da'wah. Berkali-kali ia mengunjungi Saudi Arabia --menunaikan haji-- dan Pakistan. Beliau wafat di Lahore dan jenazahnya dimakamkan di samping orang tuanya di Nizham al-Din, Delhi. Beliau meninggalkan seorang putra bernama Syaikh Muhammad Harun.

Sedangkan teman-teman dekatnya, antara lain: Syaikh Zakaria Kandahlawi (1315-1364 H; Syaikh Muhammad Yusuf Banuri, Maulana Ghulam Ghauts Hazardi, Mufti Muhammad Hanafi dan Syaikh Manzhur.

Amir Jama'ah ketiga adalah In'am Hasan yang didampingi Syaikh Muhammad Umur Bannaburi (penasehat khusus), Syaikh Muhammad Basyir (Pemimpin Jama'ah Pakistan) dan Syaikh Abdul Wahab.

Adapun perkembangan *Jama'ah* ini di Indonesia, secara detail belum dapat ditemukan oleh penulis karena kurangnya dokumen, literatur dan buku-buku yang membahas perkembangan Jama'ah ini. Namun, penulis berupaya mendapatkan informasi melalui wawancara dengan beberapa Ustadz/Amir yang menjelaskan perkembangan tersebut.

Menurut Amir Syamsi Katili menjelaskan, bahwa penyebaran *Jama'ah Tabligh* di Indonesia belum ditemukan secara pasti. Menurut para Ustadz/Amir yang terdahulu, Jama'ah ini secara hirarkis dapat disebutkan: dari Maulana Ilyas ke Maulana Meiji Mihrah, turun ke Maulana Saad, kemudian dibawa dan dikembangkan di Indonesia oleh Ustadz Muslihuddin (syuro Indonesia) dan dikembangkan serta disiarkan oleh Ustadz Nur Kahar (Ternate).

Pengikut Jama'ah ini di Indonesia semakin hari semakin besar ± 15.000.000 jiwa, terbesar di seluruh wilayah/pelosok Indonesia. Lebih lanjut, Amir KH. Nor Thohir menjelaskan bahwa Untuk di Indonesia, Jama'ah ini berpusat di Kebun Jeruk Jakarta, sedangkan khusus Jawa Timur

di Temboro, Magetan.<sup>9</sup>

## 2. Pemikiran, Doktrin dan Sifat Ideologinya

### (a). Pemikiran dan Doktrin

Setiap agama di dunia ini telah menetapkan doktrin-doktrinnya agar dapat menjadi azas da'wahnya.

Jama'ah ini menetapkan 6 prinsip yang menjadi azas da'wahnya; Keenam prinsip tersebut, yakni:

1. Kalimah Agung
2. Menegakkan Shalat
3. Ilmu dan dzikir
4. Memuliakan setiap muslim
5. Iklhas
6. Berjuang *fisabilillah*<sup>10</sup>

Syamsi Katili menjelaskan tentang prinsip doktrin Jama'ah ini terdiri dari 6 sifat/hakekat<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup>Wawancara 5 Mei 2001

<sup>10</sup> Wami, *Op Cit*;76

<sup>11</sup> Syamsi Katili, *Op Cit*; 4

### 1. Sifat iman terhadap kalimat لا إله إلا الله، محمد رسول الله

Iman adalah kekuatan yang mendorong badan kita untuk mentaati seluruh perintah-perintah Allah menurut Sunnah Nabi saw. Cara mendapatkan hakekat iman itu dengan memperbanyak pembicaraan iman dan mendakwahkan kalimat لا إله إلا الله، محمد

رسول الله dan merubah pembicaraan duni depada pembicaraan iman, mendengarkan dengan penuh perhatian tentang pembicaran iman dan do'a.



### 2. Sifat/hakekat shalat

Agar shalat kuat dan khusyu', langkah yang harus ditempuh antara lain dengan, mengajak saudara muslim dengan rasa kasihan, khususnya bagi mereka yang tidak menjalankan shalat, memperbaiki shalat dan syukur serta do'a.

### 3. Hakekat ilmu dan dzikir

Cara untuk mendapatkannya; ilmu Tauhid dengan jalan bertanya kepad ahlinya, da'wah dan do'a.

### 4. Hakekat *ikhwanul muslimin*

Ikhwanul muslimin adalah mencakup semua aspek

kehidupan seorang muslim yang menghormati hak bermasyarakat dan hak setiap manusia.

#### 5. Sifat/hakekat ikhlas

Setiap amalan harus didasarkan atas keikhlasan, yaitu ikhlas karena Allah.

#### 6. Sifat/hakekat *tafrikul waktu*

Adalah meluangkan waktu untuk usaha agama (menyangkut *Khuruj* dan *maqom*)

Lebih lanjut Syamsi Katili menjelaskan, bahwa prioritas konsumsi (pembelanjaan) seorang *Jama'ah Tabligh* didasarkan pada prioritas konsumsi dalam kehidupan sahabat Nabi saw. yaitu:

1. Untuk agama, mencakup biaya hidup *Khuruj* dan *maqom*, biaya nuzrah dan ibadah.
2. Menyantuni orang-orang yang memerlukan.
3. Jika ada sisa, barulah keperluan diri sendiri.

Sedangkan Ustadz Abdul Karim menambahkan "Kita boleh gunakan harta benda tetapi tidak boleh yakin dan terkesan dengannya. Gunakan harta benda untuk usaha agama". Selanjutnya beliau berkata "Bagaimanapun kita dapat menyatukan hati, pikir dan kerja, kita dan apa yang akan kita buat sehingga mampu mendatangkan hidayah Allah

dan waktu kita untuk memenuhi *takaza-takaza agama*.”

Dari azas-azas konsumsi di atas dapat dipahami bahwa setandar rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* adalah kepuasan mereka bila dapat membelanjakan hartanya untuk agama, sedang untuk kehidupan dirinya mengacu pada kehidupan (mencontoh) Rasulullah saw, yakni hidup secara sederhana (*simple life*) tidak berlebihan dan tidak boros, hidup sederhana merupakan ciri khasnya.<sup>12</sup>

Metode da'wah mereka berpijak kepada *Tabligh* dalam bentuk *targhib* (memberi kabar gembira) dan *tarhib* (mengancam) serta sentuhan-sentuhan emosi. Mereka selalu menjauhkan pembicaraan masalah politik dan bahkan dilarang keras terjun ke gelanggang politik. Barangkali inilah perbedaan *Jama'ah Tabligh* dan *Jama'ah Ismaliyah* yang memandang perlu berkonfrontasi menentang musuh-musuh Islam.

Agar usaha da'wah dapat dilaksanakan dengan sempurna, anggota diwajibkan melakukan *baiat*, *takaza*, *Jaulah*, dan *Khuruj*.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Wami, *Op Cit*; 76

<sup>13</sup> Syamsi Katili, *Op Cit*; 17

Pertama melakukan baiat; setiap pengikut Jama'ah diharuskan kepada Syaikhnya. Barang siapa meninggal dan di tenguknya tidak ada baiat, maka ia mati dalam keadaan *Jahiliyah*. Pelaksanaan baiat dilakukan di tempat umum dengan cara membeberkan selendang-selendang lebar yang saling terkait sambil mengumandangkan baiat secara serentak.<sup>14</sup>

Kedua takaza/maqom; setiap pengikut Jama'ah diharuskan melakukan takaza/maqom, artinya berdiam diri di masjid dengan menghidupkan lijam amal maqom, setiap orang (lelaki) bicara agama/ ta'lim ibadah, ibadah dan dzikir serta tawadlu'.

Ketiga *Jaulah* (جولة) berarti keliling berda'wah dari satu tempat ke tempat lain, dari rumah ke rumah atau dari masjid ke masjid untuk mengajarkan Islam sebagai upaya untuk mencapai kesempurnaan kesabaran, keteguhan iman (agar mendapat hidayah Allah) dan keluar di jalan Allah.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Wami, *Op Cit*; 79

<sup>15</sup> Kholil Bin Abdu-Ar-Rahman, *Eujub ad Da'wah il Al-Kitab Wasunnah*, Qohirah Dar ast-Tsabit, 1990;111

Keempat *Khuruj* (خروج) kewajiban keempat seorang Jama'ah adalah khuruf, artinya keluar dari rumah/masjid untuk berda'wah dengan tertib dan manfaat:

1. *Khuruj* 3 hari
2. *Khuruj* 40 hari
3. *Khuruj* 4 bulan
4. *Khuruj* 1 tahun<sup>16</sup>

Maulana Yusuf berkata “Agama tanpa *Khuruj*, bagaikan badan tanpa ruh. Artinya: mengamalkan agama tetapi tanpa akan nikmat agama.”<sup>17</sup>

(b). Sifat Ideologi

*Jama'ah Tabligh* adalah Jama'ah Islam yang sumber utamanya adalah Al Qur'an dan Sunnah. Sedangkan thariqahnya Ahlu-Sunnah wa-al Jama'ah. (أهل السنة والجماعة).

Jama'ah ini banyak dipengaruhi ajaran tasawuf dan thariqat, seperti thariqat Tuftiyyah di India. Mereka

---

<sup>16</sup> Katili, *Op Cit*, 71

<sup>17</sup> Katili, *Ibid*, 22

mempunyai pandangan khusus terhadap tokoh-tokoh tasawuf dalam masalah pendidikan dan pengajaran.

Di antara mereka ada yang berkeyakinan bahwa pemikirannya diambil dari Jama'ah al-Nur di Turki.<sup>18</sup>

### 3. Penyebaran dan Pengaruh

*Jama'ah Tabligh* ini muncul pertama kali di India kemudian tersebar ke Pakistan dan Bangladesh, negara-negara Arab dan seluruh dunia Islam. Jama'ah ini mempunyai banyak pengikut di Suriah, Yordania, Pakistan, Lebanon, Mesir, Sudan, Iraq dan Hijaz.

Da'wah mereka telah tersebar di sebagian besar negara-negara Eropa, Amerika, Asia (Indonesia) dan Afrika. Mereka memiliki semangat dan daya juang tinggi serta tidak mengenal lelah dalam berda'wah di Eropa, Amerika dan Australia.<sup>19</sup>

Pimpinan pusatnya berkantor di Nizhamuddin, Delhi. Dari sinilah, semua urusan da'wah internasionalnya diatur.

Gambaran umum (informasi) *Jama'ah Tabligh* ini digunakan penulis untuk mendukung data dalam memberikan gambaran analisis data lapangan. (data empirik).

---

<sup>18</sup> Wami, *Op Cit*, 79

<sup>19</sup> An-Nadwi, 1997, 5

## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

Berdasarkan metode pengumpulan data sebagaimana yang disampaikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat dianalisis, sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

##### 1. Analisis Univariate

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa analisis univariate adalah analisis yang dilakukan untuk mencari kecenderungan variabel penelitian. Dengan diketahui kecenderungan tersebut, maka dapat ditentukan kesimpulan atau kondisi variabel. Secara terinci dapat disajikan sebagai berikut:

##### a. Kecenderungan Religiusitas *Jama'ah Tabligh*

Gambaran mengenai kecenderungan religiusitas *Jama'ah Tabligh* terlihat pada banyaknya frekuensi absolut & relatif, sebagaimana tertera pada tabel berikut:

Tabel 7: Kecenderungan Religiusitas *Jama'ah*

| Kategori      | Interval | Frekuensi | % tase |
|---------------|----------|-----------|--------|
| Tinggi        | 3 < 4    | 65        | 32,50  |
| Sedang        | 2 < 3    | 135       | 67,50  |
| Kurang        | 1 < 2    | 0         | 0      |
| Sangat Kurang | 0 < 1    | 0         | 0      |
| Jumlah        |          | 200       | 100,00 |

Dari tabel di atas, terlihat bahwa tingkat religiusitas *Jama'ah Tabligh* cenderung sedang (67,50 %). Sedang kategori tinggi hanya 32,50 %. Walaupun *Jama'ah Tabligh* adalah salah satu aliran keagamaan yang ada di Indonesia, namun dari sisi tingkat religiusitasnya masih berada pada tingkat sedang. Kondisi ini dapat dipahami, karena religiusitas merupakan suatu aspek psikologis yang sangat dipengaruhi oleh banyak faktor.

Oleh karena itu, apabila diharapkan dapat ditemukan kategori tingkat religiusitas *Jama'ah Tabligh* adalah tinggi, maka perlu diketahui terlebih dahulu faktor apa sebenarnya yang sangat dominan mempengaruhi tinggi rendahnya religiusitas anggota *Jama'ah Tabligh* tersebut.

**b. Kecenderungan Tingkat Pendidikan *Jama'ah***

Gambaran mengenai kondisi tingkat pendidikan *Jama'ah*

*Tabligh* terlihat pada banyaknya nilai frekuensi dan nilai absolut pada orang-orang kategori jenjang pendidikan, sebagaimana terlihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 8: Tingkat pendidikan *Jama'ah Tabligh*

| Kategori/Tingkat Pendidikan | Interval | Frekuensi | % tase |
|-----------------------------|----------|-----------|--------|
| SD                          | 0 < 1    | 0         | 0      |
| SMP                         | 1 < 2    | 0         | 0      |
| SMU                         | 2 < 3    | 81        | 40,50  |
| D3                          | 3 < 4    | 103       | 51,50  |
| S1                          | 4 < 5    | 11        | 5,50   |
| S2                          | 5 < 6    | 5         | 2,50   |
| S3                          | 6 < 7    | 0         | 0      |
| Jumlah                      |          | 200       | 100    |

Dari tabel di atas, terlihat bahwa kecenderungan tingkat pendidikan *Jama'ah Tabligh* secara berturut-turut sampai pada jenjang pendidikan Diploma 3 (51,50%); SMA (40,50%); Sarjana (5,50%) dan Master (2,50%).

Kecenderungan pendidikan anggota *Jama'ah Tabligh* adalah berkisar tingkat pendidikan Diploma III, yaitu sebesar 51,50 %, kemudian diikuti tingkat pendidikan SMA sebesar 40,50 %. Hal ini dapat dipahami, karena *Jama'ah Tabligh* ini berada di daerah pedesaan. Kecenderungan daerah pedesaan di negara kita, masyarakat yang telah mencapai tingkat pendidikan tinggi masih dalam kategori rendah. Oleh karena itu, kecenderungan di atas sangatlah

wajar jika masih berada antara SMA sampai dengan Diploma III.

c. **Kecenderungan Jenis Kelamin *Jama'ah***

Gambaran mengenai kondisi jenis kelamin *Jama'ah* terlihat pada banyaknya nilai absolut dan frekuensi pada kategori jenis kelamin, sebagaimana tertera pada tabel berikut:

Tabel 9: Kondisi jenis kelamin *Jama'ah*

| Kategori/Jenis Kelamin | Interval | Frekuensi | % tase |
|------------------------|----------|-----------|--------|
| Laki-laki              | 2        | 103       | 51,50  |
| Perempuan              | 1        | 97        | 48,50  |
| Jumlah                 |          | 200       | 100,00 |

Tabel di atas menggambarkan bahwa *Jama'ah Tabligh* sebagian besar pesertanya adalah laki-laki (51,50%) dan perempuan sebesar (48,50%). Gambaran ini menunjukkan kecenderungan yang berbeda dengan kenyataan di masyarakat kita. Selama ini, *Jama'ah* pengajian sangat didominasi oleh ibu-ibu atau kaum Hawa. Namun yang dialami pada *Jama'ah Tabligh* adalah berbeda. Hal ini mungkin disebabkan oleh munculnya kecenderungan keberagaman masyarakat yang muncul belakangan ini. Hampir disetiap masyarakat, mulai tumbuh subur acara-acara pengajian yang tidak lagi diikuti oleh ibu-ibu, namun sudah merambah

kepada pengajian Bapak-bapak.

### c. Tingkat Rasionalitas Konsumsi *Jama'ah*

Gambaran mengenai tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* terlihat pada jumlah nilai absolut dan nilai frekuensi pada masing-masing kategori rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh*, sebagaimana tertera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10: Tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh*

| Kategori        | Interval | Frekuensi | % tase |
|-----------------|----------|-----------|--------|
| Sangat Rasional | 55 < 65  | 59        | 29,50  |
| Rasional        | 45 < 55  | 129       | 64,50  |
| Cukup Rasional  | 35 < 45  | 11        | 5,50   |
| Kurang Rasional | 25 < 35  | 1         | 0,50   |
| Tidak Rasional  | 15 < 25  | 0         | 0      |
| Jumlah          |          | 200       | 100,00 |

Dari tabel di atas terlihat bahwa tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* menunjukkan pada tingkat rasional sebesar 64,50%; sangat rasional sebesar 29,50%; cukup rasional sebesar 5,5% dan kurang rasional 0,50%.

Kecenderungan rasionalitas konsumsi anggota *Jama'ah Tabligh* masih dalam kategori rasional, adalah dapat dipahami. Sebagaimana dijelaskan dalam landasan teori, bahwa rasionalitas konsumsi muslim adalah bukan saja melakukan konsumsi untuk

memenuhi kebutuhan fisik dan dunia saja, namun konsumsi dalam Islam adalah mencakup konsumsi untuk dunia dan akhirat. Konsumsi akhirat di wujudkan dalam bentuk pembayaran atau pengeluaran zakat atau infaq.

Pembayaran atau penyaluran zakat atau infaq dalam Islam sangat tergantung apakah yang bersangkutan memiliki harta yang telah mencapai nishab dan haulnya atau belum. Disamping itu, pengeluaran atau penyaluran zakat dan infaq sangat ditentukan oleh kesadaran yang tinggi masyarakat. Akan tetapi, kondisi di atas sangat menggembirakan karena telah mencapai pada tingkat rasional. Hal ini berarti, umat *Jama'ah Tabligh* telah memiliki perhitungan tepat mengenai tahapan kehidupannya.

## 2. Analisis Bivariate

Analisis bivariate dilakukan untuk mencari hubungan atau perbedaan dua variabel yang dijadikan obyek penelitian. Dari data yang diperoleh dalam penelitian, dapat dianalisis sebagai berikut:

### a. Perbedaan Tingkat Religiusitas terhadap Tingkat Rasionalitas Konsumsi

Gambaran mengenai perbedaan tingkat religiusitas terhadap tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* dapat diringkas

dalam analisis varian satu jalur dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 11: Hasil analisis *one-way anova* tingkat religiusitas dengan tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah*

| Source  | Sum of Square | D.F | Mean Square | F-Ratio   | Prob.     |
|---------|---------------|-----|-------------|-----------|-----------|
| Between | 244926,010    | 1   | 244926,010  | 24152,548 | 1,0005-13 |
| Within  | 4036,030      | 398 | 10,141      |           |           |
| Total   | 248962,040    | 399 |             |           |           |

Dari tabel ringkasan hasil analisis tersebut terlihat bahwa harga  $F\text{-ratio} = 24152,584$  dengan probabilitas kesalahan 1,0005-13. Gambaran ini menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara tingkat religiusitas *Jama'ah* dengan tingkat rasionalitas konsumsinya. Dengan kata lain, semakin tinggi religiusitasnya, semakin tinggi rasionalitas konsumsinya.

#### b. Perbedaan Tingkat Pendidikan *Jama'ah* dengan Tingkat Rasionalitas Konsumsi

Gambaran mengenai perbedaan tingkat pendidikan *Jama'ah* dengan tingkat rasionalitas konsumsi dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 12: Perbedaan tingkat pendidikan *Jama'ah* dengan tingkat rasionalitas konsumsi

| Source  | Sum of Square | D.F | Mean Square | F-Ratio   | Prob.     |
|---------|---------------|-----|-------------|-----------|-----------|
| Between | 241228,323    | 1   | 241228,323  | 23496,141 | 9,000E-14 |
| Within  | 4086,155      | 398 | 10,267      |           |           |
| Total   | 245314,447    | 399 |             |           |           |

Dari tabel di atas terlihat bahwa harga F-ratio analisis ditemukan sebesar 23496,141 dengan probabilitas 9,000E-14. Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah*. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pendidikan *Jama'ah* semakin tinggi rasionalitas konsumsinya.

c. **Perbeadaan Jenis Kelamin *Jama'ah* dengan Tingkat Rasionalitas Konsumsi**

Gambaran mengenai perbeadaan jenis kelamin dengan tingkat rasionalitas konsumsi dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 14: Perbedaan pengaruh religiusitas, tingkat pendidikan, jenis kelamin terhadap rasionalitas konsumsi.

| Source      | Sum of Square | D.F | Mean Square | F-Ratio   | Prob.     |
|-------------|---------------|-----|-------------|-----------|-----------|
| Cols        | 369796,364    | 3   | 123265,455  | 24100,861 | 0,000E-00 |
| Rows        | 47,284        | 3   | 15,761      | 3,082     | 0,0268    |
| Interaction | 128,921       | 9   | 14,325      | 2,801     | 3,01E-03  |
| Error       | 4009,820      | 784 | 5,115       |           |           |
| Total       | 373982,389    | 799 |             |           |           |

Dari hasil analisis yang tertera dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa koefisien intraksi F-Ratio sebesar 2,801 dengan probabilitas 3,061E-03. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas, tingkat pendidikan dan jenis kelamin *Jama'ah* yang berbeda akan mempengaruhi secara berbeda atas tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah*.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan ternyata menunjukkan hasil perbedaan yang signifikan antara variabel pengaruh terhadap variabel terpengaruh. Keadaan ini berarti, bahwa tingkat religiusitas *Jama'ah* yang baik atau tinggi akan mempengaruhi tingkat rasionalitas. Demikian juga, tingkat pendidikan *Jama'ah* yang tinggi memberikan pengaruh terhadap

tingginya rasionalitas konsumsinya. Hal serupa juga pada variabel jenis kelamin yang mempengaruhi secara signifikan terhadap rasionalitas konsumsinya.

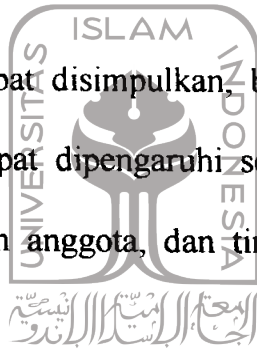
Kondisi di atas menandakan bahwa ketaatan beragama seorang *Jama'ah* akan menjadikan yang bersangkutan semakin rasional dalam berkonsumsi. Hal ini karena efek dari ajaran agama Islam yang mengatakan bahwa di dalam konsumsi jangan *tabdzir* dan *israf*. Demikian juga, seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi akan semakin rasional konsumsinya, sebab yang bersangkutan telah memiliki pikiran jangka panjang dalam melakukan konsumsi. Pikiran jangka panjang bagi seorang muslim adalah dapat terpenuhinya kebutuhan di dunia dan akhirat.

Demikian juga variabel tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan berarti *Jama'ah Tabligh* telah mencapai tingkat pendidikan yang cukup. Tingkat pendidikan yang demikian ini, akan memberikan pengaruh secara berbeda terhadap perilaku seseorang dalam melakukan suatu aktivitas. Hal ini berarti, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin tinggi tingkat rasionalitas konsumsinya. Seseorang akan selalu mempertimbangkan konsumsinya dalam rangka mencapai kepuasan dunia dan akhirat.

Jenis kelamin anggota *Jama'ah Tabligh*, ternyata mampu memberikan pengaruh yang berbeda antara laki-laki dan perempuan. Hal ini menunjukkan, bahwa seorang laki-laki dengan seorang perempuan

memiliki tingkat rasionalitas konsumsi yang berbeda satu dengan yang lainnya. Di dalam kehidupan kita, laki-laki dikatakan sebagai pihak yang selalu mengedepankan rasionalitas dibanding dengan perempuan. Kesimpulan ini memberikan asumsi kuat untuk menerima hipotesis penelitian ini yang mengatakan bahwa perbedaan secara signifikan rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* dapat dilihat dari jenis kelamin anggota *Jama'ah Tabligh*.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tingkat rasionalitas konsumsi seorang muslim dapat dipengaruhi secara berbeda oleh tingkat religiusitasnya, jenis kelamin anggota, dan tingkat pendidikan anggota *Jama'ah Tabligh*.



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konsep tujuan konsumen rasional bagi *Jama'ah Tabligh*, bahwa seorang Muslim dalam melakukan konsumsi pengeluaran harus mempertimbangkan perbuatan *israf* dan *tabdzir*. Di dalam konsumsi harus memperhatikan barang yang dikonsumsi pada periode waktu tertentu dan barang tahan lama yang dikuasi dan pengeluaran zakat, infaq serta shadaqah, sebagai bekal kehidupan di akhirat.
2. Tingkat rasionalitas konsumsi *Jama'ah Tabligh* dipengaruhi oleh (a) Tingkat religiusitas ( $F_{ratio} = 24152,584$ ;  $p = 1,0005 \cdot 10^{-13}$ ); (b) Tingkat pendidikan anggota *Jama'ah* ( $F_{ratio} = 23496,141$ ;  $p = 9,000 \cdot 10^{-13}$ ); (c) Jenis kelamin anggota *Jama'ah* ( $F_{ratio} = 24894,748$ ;  $p = 6,000 \cdot 10^{-14}$ ).
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat rasionalitas konsumsi anggota *Jama'ah Tabligh* adalah faktor tingkat religiusitas; tingkat pendidikan dan jenis kelamin. Pengaruh ketiga faktor tersebut ditunjukkan dengan koefisien  $F_{ratio}$  sebesar 2,801;  $p = 3,061 \cdot 10^{-3}$

#### B. Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan penelitian dapat disarankan sebagai berikut :

1. Anggota *Jama'ah Tabligh* sebagai umat Muslim harus terus mempertimbangkan nilai-nilai Islam dalam melakukan aktivitas konsumsi, dan melakukan konsumsi secara rasional, yaitu dalam konsumsi memperhatikan manfaat untuk dunia dan akhirat.
2. Anggota *Jama'ah Tabligh* perlu memperhatikan tingkat pendidikannya dan tingkat religiusitasnya, sebab dua variabel tersebut merupakan variabel yang menentukan tingkat rasionalitas konsumsinya.



### C. Keterbatasan Penelitian

Walaupun penelitian ini telah dilakukan dan hasil analisisnya menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, namun penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan. *Pertama*, penelitian ini hanya dilakukan pada kelompok *Jama'ah* tertentu, yaitu *Jama'ah Tabligh* belum meluas pada kelompok *Jama'ah* yang lainnya, sebab di dalam Islam ada berbagai macam kelompok Islam. *Kedua*, Penelitian ini belum mengungkap variabel yang secara langsung berpengaruh terhadap perilaku konsumsi seseorang seperti: variabel pendapatan, selera konsumsi, dan yang lainnya.

Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan kajiannya pada variabel-variabel tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu., 1998, *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta : Bina Aksara
- Akhmad, Khurshid, 1982, *Al-'Adl dalam Zainuddin Soedan dan Marryl WyaDavier (edt.) Wajah-wajah Islam*, Bandung : Mizan.
- Antonio, M. Syafi'i, 2001, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta : Gema Insani Press.
- Ar-Rahman, Kholil bin Abdu, 1990, *Eujub ad Da'wah Ila al-Kitab Wassunah*, Qohirah Dar ast-stabit
- Basyir, Ahmad Azhar, 1987, *Garis-garis Besar Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta : BPFE.
- Boediono, 1998, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta : BPFE.
- Chapra, M. Umar, 1999, *Islam dan Tantangan Ekonomi Islami Ekonomi Kontemporer*, Surabaya : Risalah Gusti.
- Djazuli, Suroso Imam, 1997, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Surabaya : Fak. Ekonomi UNAIR.
- Gilarso, T., 1993. *Pengantar Ekonomi Bagian Mikro, Jilid I*, Yogyakarta : Kanisius
- Kahf, Monzer, 1980, *A Contribution of the Theory of Consumer in Islamic Society*, Leicerter : The Islamic Foundation.
- Katili, Syamsi. Tt. *Dakwah dan Fikir Rasulullah*.
- Lipsey, G. Richard & Peter Osterner, 1992, *Pengantar Mikro Ekonomi*, Jakarta : Erlangga.
- Lumbantoruan, Magdalena & B. Soewartoyo, 1992), *Ensiklopedi Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, Jakarta : Cipta Adi Pustaka.
- Mannan, M.A. 1995, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf.

- Maskawih, Ibnu. 1985, *Tahdib al-Akhlaq*, Bairut : Dar-al Kutub al-Islamiyah.
- Muhamad, 2000, *Teori Perilaku Konsumen Muslim Rasional*, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah
- Muthahhari, Murtadha, 1981, *Al- 'Adl al-Ilahi*, Teheran : Darul Islamiyah.
- \_\_\_\_\_, 1984, *Perspektif al-Qur 'an tentang Manusia dan Agama*, Bandung : Mizan
- Naqfi, Sayed Nawab Haidar, 1985, *Etika dan Ilmu Ekonomi*, suatu Sintesis Islami, Bandung : Mizan.
- Nicholson, Walter., 1991, *Teori Ekonomi Mikro I*, Jakarta : Raja Grafiika Persada.
- Qardhawi, Yusuf,. 1993. *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*, Jakarta : Robbani Press.
- \_\_\_\_\_, 1995, *Karakteristik Islam Kajian Analitik*, Surabaya : Risalah Gusti.
- Samuelson, P.A. & William D. Nordhaus, 1997, *Mikro Ekonomi*, Edisi XIV. Jakarta : Erlangga.
- Siddiqi, M. Nejatullah, 1991, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Soekanto, Soerjono, 1987, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Sudiono, Armand, 1990, *Mikro Ekonomi*, Surabaya : Bina Ilmu
- Winardi, 1981, *Aliran-aliran Ekonomi Modern*, Bandung : Alumni.
- Warson, Akhmad, 1997, *Kamus Al-Munawir*, Surabaya : Pustaka Progresif
- Shihab, Quraissy, 1997, *Wawasan Al-Qur 'an*, Bandung : Mizan.

## A. Angket Religiusitas

### Angket I

#### Petunjuk:

1. Setiap pernyataan dalam angket ini memiliki 4 pilihan tanggapan di samping kanannya, yakni SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), KS (Kurang Sesuai), dan TS (Tidak Sesuai).
2. Berilah tanda silang pada huruf pilihan tersebut sesuai dengan pendapat anda. Dalam hal ini tidak ada pilihan yang salah asala benar-benar sesuai dengan keadaan diri anda sesungguhnya.
3. Jika anda ingin mengoreksi, lingkarilah pilihan yang akan anda ubah, kemudian silanglah pilihan penggantinya.

Contoh: SS      S      KS      TS

4. Kesungguhan dan kejujuran anda sangat menentukan kualitas hasil penelitian ini, untuk itu saya ucapkan terima kasih.

#### Pernyataan

#### Pilihan Tanggapan

01. Karena kehidupan umat manusia masih akan berlangsung lama sekali, maka tidak mustahil masih akan ada nabi-nabi lain setelah Nabi Muhammad SAW.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

02. Jika hendak mengerjakan sesuatu saya baca basmalah terlebih dahulu.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

03. Saya merasa lega ketika mendengar suara adzan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

04. Kalau orang berbuat salah pada saya, saya lebih suka memaafkan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

05. Saya tidak ragu sedikitpun bahwa ada malaikat.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

06. Saya sering melalaikan ibadah shalat wajib, terutama shalat subuh.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

07. Dalam menjalani hidup, saya merasa berpasrah diri kepada Allah SWT.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

08. Saya sering tidak memenuhi janji.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

09. Mungkin saja ada bagian-bagian Al-Qur'an yang tidak benar.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

10. Saya sering menyapa dengan "Assalamu'alaikum" pada rekan-rekan muslim.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

11. Ketika mengerjakan shalat saya merasa tidak khusuk.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

12. Kalau sudah saling mencintai, tidak apa-apa bercumbu rayu sebelum menikah.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

13. Islam bukan satu-satunya agama yang benar di hadapan Allah.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

14. Sekarang ini saya belum punya keinginan untuk suatu ketika melaksanakan ibadah haji.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

15. Sesudah melakukan suatu kesalahan, seringkali saya tidak merasa berdosa.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

16. Ketika membeli makanan, saya perhatikan halal atau haramnya.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

17. Saya percaya takdir Allah SWT. berlaku.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

18. Saya biasa melakukan puasa sunnah.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

19. Entahla, apakah Allah SWT. benar-benar Penyayang, apalagi kenyataannya banyak manusia menderita di dunia ini.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

20. Dalam memilih pasangan hidup, saya tidak memperhatikan kualitas ke-Islamannya.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

21. Saya tidak memiliki keraguan bahwa ada akhirat.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

22. Saya jarang membaca Al-Qur'an.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

23. Saya tidak akan melakukan korupsi sedikitpun, walau saya mempunyai kesempatan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

## B. Angket Konsumsi Rasional

### Pernyataan

### Pilihan Tanggapan

01. Setiap muslim, melakukan konsumsi pada bahan makanan yang halal dan baik.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

02. Seorang muslim mencari rizki tidak dilarang menurut hukum Islam

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

03. Makanan orang muslim adalah makanan yang tidak menjijikkan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

04. Makanan yang menjijikkan dapat mengurangi selera makan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

05. Jangan meniup makanan dan minuman yang berada di tempatnya.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

06. Makan dan minumlah dengan tidak berlebihan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

07. Makanan dan minuman yang berlebihan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh yang tidak baik.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

08. Minuman yang memabukkan sekali pun sedikit tidak boleh diminum seorang muslim.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

09. Minuman yang memabukkan dapat dikonsumsi jika untuk pengobatan.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

10. Sebelum makan dan minum seorang muslim akan membaca do'a.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

11. Sesudah makan dan minum seorang muslim membaca do'a.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

12. Membayar zakat adalah kewajiban bagi setiap muslim yang mampu.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

13. Setiap tahun saya mengeluarkan zakat.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

14. Setiap ada tarikan (iuran) infaq/shadaqah saya memberinya.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|

15. Jika ada saudara muslim yang membutuhkan sesuatu, saya akan berikan walaupun yang diminta adalah sesuatu yang saya cintai.

|    |   |    |    |
|----|---|----|----|
| SS | S | KS | TS |
|----|---|----|----|



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Cetakan ke-1/1

S.P.S. : Seri Program Statistik  
Program : Analisis Butir (Anabut)  
disi : Sutrisno Hadi dan Seno Pamardiyanto  
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia  
Versi IBM/88, Hak Cipta © 1988, Dilindungi UU

Nama Peneliti : Suyoto  
Nama Lembaga : ISID Gontor  
Tgl. Analisis : 2/5/ 2001  
Nama Berkas : Yoto-1

Nama Ubahan : Religiusitas (X1)

Butir 1 = Rekaman Nomor : 1  
Butir 2 = Rekaman Nomor : 2  
Butir 3 = Rekaman Nomor : 3  
Butir 4 = Rekaman Nomor : 4  
Butir 5 = Rekaman Nomor : 5  
Butir 6 = Rekaman Nomor : 6  
Butir 7 = Rekaman Nomor : 7  
Butir 8 = Rekaman Nomor : 8  
Butir 9 = Rekaman Nomor : 9  
Butir 10 = Rekaman Nomor : 10  
Butir 11 = Rekaman Nomor : 11  
Butir 12 = Rekaman Nomor : 12  
Butir 13 = Rekaman Nomor : 13  
Butir 14 = Rekaman Nomor : 14  
Butir 15 = Rekaman Nomor : 15  
Butir 16 = Rekaman Nomor : 16  
Butir 17 = Rekaman Nomor : 17  
Butir 18 = Rekaman Nomor : 18  
Butir 19 = Rekaman Nomor : 19  
Butir 20 = Rekaman Nomor : 20  
Butir 21 = Rekaman Nomor : 21  
Butir 22 = Rekaman Nomor : 22  
Butir 23 = Rekaman Nomor : 23

Cacah Kasus Semula : 20  
Cacah Data Kosong : 0  
Cacah Kasus Jalan : 20



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

TABEL RANGKUMAN ANALISIS BUTIR  
Putaran Kc – 4 pada Taraf Signifikansi : 0.05

| Butir No. | r xy  | r pq  | p     | Status |
|-----------|-------|-------|-------|--------|
| 1.        | 0.671 | 0.641 | 0.000 | o.k.   |
| 2.        | 0.586 | 0.542 | 0.000 | o.k.   |
| 3.        | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 4.        | 0.651 | 0.623 | 0.000 | o.k.   |
| 5.        | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 6.        | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 7.        | 0.651 | 0.623 | 0.000 | o.k.   |
| 8.        | 0.561 | 0.613 | 0.000 | o.k.   |
| 9.        | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 10.       | 0.671 | 0.641 | 0.000 | o.k.   |
| 11.       | 0.586 | 0.542 | 0.000 | o.k.   |
| 12.       | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 13.       | 0.651 | 0.623 | 0.000 | o.k.   |
| 14.       | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 15.       | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 16.       | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 17.       | 0.651 | 0.623 | 0.000 | o.k.   |
| 18.       | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 19.       | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 20.       | 0.671 | 0.641 | 0.000 | o.k.   |
| 21.       | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 22.       | 0.671 | 0.641 | 0.000 | o.k.   |
| 23.       | 0.322 | 0.298 | 0.027 | o.k.   |



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Cetakan kc-1/1

S.P.S. : Seri Program Statistik  
Program : Uji Keandalan Alpha dari Cronbach  
disi : Sutrisno Hadi dan Seno Pamardiyanto  
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia  
Versi IBM/88, Hak Cipta © 1988, Dilindungi UU

=====

Nama Peneliti : Suyoto  
Nama Lembaga : ISID Gontor  
Tgl. Analisis : 2/5/ 2001  
Nama Berkas : Yoto-1

=====

Nama Ubahan : Religiusitas (XI)

Butir 1 = Rekaman Nomor : 1  
Butir 2 = Rekaman Nomor : 2  
Butir 3 = Rekaman Nomor : 3  
Butir 4 = Rekaman Nomor : 4  
Butir 5 = Rekaman Nomor : 5  
Butir 6 = Rekaman Nomor : 6  
Butir 7 = Rekaman Nomor : 7  
Butir 8 = Rekaman Nomor : 8  
Butir 9 = Rekaman Nomor : 9  
Butir 10 = Rekaman Nomor : 10  
Butir 11 = Rekaman Nomor : 11  
Butir 12 = Rekaman Nomor : 12  
Butir 13 = Rekaman Nomor : 13  
Butir 14 = Rekaman Nomor : 14  
Butir 15 = Rekaman Nomor : 15  
Butir 16 = Rekaman Nomor : 16  
Butir 17 = Rekaman Nomor : 17  
Butir 18 = Rekaman Nomor : 18  
Butir 19 = Rekaman Nomor : 19  
Butir 20 = Rekaman Nomor : 20  
Butir 21 = Rekaman Nomor : 21  
Butir 22 = Rekaman Nomor : 22  
Butir 23 = Rekaman Nomor : 23

Cacah Kasus Semula : 20  
Cacah Data Kosong : 0  
Cacah Kasus Jalan : 20



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

**\*\* TABEL RANGKUMAN ANALISIS**

|                    |                |   |         |
|--------------------|----------------|---|---------|
| =====              |                |   |         |
| Cacah Butir        | : N            | = | 23      |
| Cacah Kasus Semula | : N            | = | 20      |
| Cacah Data Kosong  | : NG           | = | 0       |
| Cacah Kasus Jalan  | : NJ           | = | 20      |
|                    |                |   |         |
| Sigma X            | : $\Sigma X$   | = | 4326    |
| Sigma X Kuadrat    | : $\Sigma X^2$ | = | 605746  |
|                    |                |   |         |
| Variansi X         | : $\alpha^2 x$ | = | 33.080  |
| Variansi Y         | : $\alpha^2 y$ | = | 348.465 |
|                    |                |   |         |
| Koef. Keandalan    | : rtt          | = | 0.927   |
| Peluang Ralat      | : p            | = | 0.000   |
| =====              |                |   |         |



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Cetakan ke-1/1

S.P.S. : Seri Program Statistik  
Program : Analisis Butir (Anabut)  
disi : Sutrisno Hadi dan Seno Pamardiyanto  
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia  
Versi IBM/88, Hak Cipta © 1988, Dilindungi UU

Nama Pencliti : Suyoto  
Nama Lembaga : ISID Gontor  
Tgl. Analisis : 2/5/ 2001  
Nama Berkas : Yoto-1

Nama Ubahan : Rasionalitas Konsumsi (Y)

Butir 1 = Rekaman Nomor : 1  
Butir 2 = Rekaman Nomor : 2  
Butir 3 = Rekaman Nomor : 3  
Butir 4 = Rekaman Nomor : 4  
Butir 5 = Rekaman Nomor : 5  
Butir 6 = Rekaman Nomor : 6  
Butir 7 = Rekaman Nomor : 7  
Butir 8 = Rekaman Nomor : 8  
Butir 9 = Rekaman Nomor : 9  
Butir 10 = Rekaman Nomor : 10  
Butir 11 = Rekaman Nomor : 11  
Butir 12 = Rekaman Nomor : 12  
Butir 13 = Rekaman Nomor : 13  
Butir 14 = Rekaman Nomor : 14  
Butir 15 = Rekaman Nomor : 15



Cacah Kasus Semula : 20  
Cacah Data Kosong : 0  
Cacah Kasus Jalan : 20

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

TABEL RANGKUMAN ANALISIS BUTIR  
Putaran Kc – 4 pada Taraf Signifikansi : 0.05

| Butir No. | r xy  | r pq  | p     | Status |
|-----------|-------|-------|-------|--------|
| 1         | 0.586 | 0.542 | 0.000 | o.k.   |
| 2         | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 3         | 0.651 | 0.625 | 0.000 | o.k.   |
| 4         | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 5         | 0.396 | 0.256 | 0.018 | o.k.   |
| 6         | 0.396 | 0.356 | 0.010 | o.k.   |
| 7         | 0.651 | 0.625 | 0.000 | o.k.   |
| 8         | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 9         | 0.396 | 0.256 | 0.018 | o.k.   |
| 10        | 0.671 | 0.641 | 0.000 | o.k.   |
| 11        | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 12        | 0.671 | 0.641 | 0.000 | o.k.   |
| 13        | 0.651 | 0.625 | 0.000 | o.k.   |
| 14        | 0.378 | 0.366 | 0.014 | o.k.   |
| 15        | 0.396 | 0.256 | 0.018 | o.k.   |



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

S.P.S. : Seri Program Statistik  
Program : Uji Keandalan Alpha dari Cronbach  
disi : Sutrisno Hadi dan Seno Pamardiyanto  
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia  
Versi IBM/88, Hak Cipta © 1988, Dilindungi UU

Nama Pencliti : Suyoto  
Nama Lembaga : ISID Gontor  
Tgl. Analisis : 2/5/ 2001  
Nama Berkas : Yoto-1

Nama Ubahan : Rasionalitas Konsumsi (Y)

Butir 1 = Rekaman Nomor : 1  
Butir 2 = Rekaman Nomor : 2  
Butir 3 = Rekaman Nomor : 3  
Butir 4 = Rekaman Nomor : 4  
Butir 5 = Rekaman Nomor : 5  
Butir 6 = Rekaman Nomor : 6  
Butir 7 = Rekaman Nomor : 7  
Butir 8 = Rekaman Nomor : 8  
Butir 9 = Rekaman Nomor : 9  
Butir 10 = Rekaman Nomor : 10  
Butir 11 = Rekaman Nomor : 11  
Butir 12 = Rekaman Nomor : 12  
Butir 13 = Rekaman Nomor : 13  
Butir 14 = Rekaman Nomor : 14  
Butir 15 = Rekaman Nomor : 15



Cacah Kasus Semula : 20  
Cacah Data Kosong : 0  
Cacah Kasus Jalan : 20

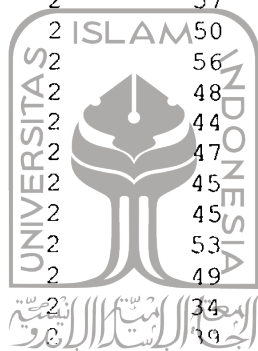
\*\* TABEL RANGKUMAN ANALISIS

Cacah Butir : N = 15  
Cacah Kasus Semula : N = 20  
Cacah Data Kosong : NG = 0  
Cacah Kasus Jalan : NJ = 20  
  
Sigma X :  $\sum X =$  2326  
Sigma X Kuadrat :  $\sum X^2 =$  305746  
  
Variansi X :  $\alpha^2 x =$  16.080  
Variansi Y :  $\alpha^2 y =$  174.465  
  
Kcoef. Keandalan : rtt = 0.672  
Peluang Ralat : p = 0.001

HEADER DATA FOR: C:ISID-YT LABEL: ANALISIS VARIANCE  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

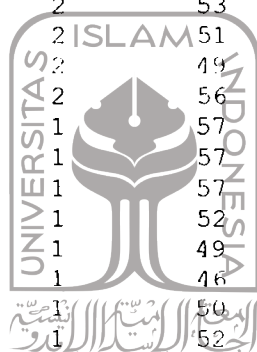
|    | X1 | X2 | X3 | Y  |
|----|----|----|----|----|
| 1  | 56 | 3  | 1  | 49 |
| 2  | 61 | 2  | 1  | 54 |
| 3  | 60 | 2  | 1  | 46 |
| 4  | 56 | 3  | 1  | 46 |
| 5  | 60 | 2  | 1  | 52 |
| 6  | 60 | 3  | 1  | 54 |
| 7  | 58 | 3  | 1  | 57 |
| 8  | 56 | 3  | 1  | 53 |
| 9  | 54 | 3  | 1  | 51 |
| 10 | 60 | 3  | 1  | 47 |
| 11 | 58 | 3  | 1  | 47 |
| 12 | 58 | 3  | 1  | 51 |
| 13 | 60 | 3  | 1  | 41 |
| 14 | 49 | 3  | 1  | 47 |
| 15 | 53 | 3  | 1  | 49 |
| 16 | 57 | 1  | 1  | 57 |
| 17 | 58 | 3  | 1  | 53 |
| 18 | 62 | 3  | 1  | 51 |
| 19 | 56 | 3  | 1  | 51 |
| 20 | 59 | 3  | 1  | 45 |
| 21 | 57 | 3  | 1  | 55 |
| 22 | 57 | 3  | 1  | 54 |
| 23 | 52 | 3  | 1  | 49 |
| 24 | 60 | 3  | 1  | 54 |
| 25 | 62 | 3  | 1  | 53 |
| 26 | 54 | 3  | 1  | 51 |
| 27 | 57 | 3  | 1  | 57 |
| 28 | 53 | 3  | 1  | 52 |
| 29 | 57 | 3  | 1  | 48 |
| 30 | 60 | 3  | 1  | 52 |
| 31 | 62 | 3  | 1  | 51 |
| 32 | 63 | 3  | 1  | 53 |
| 33 | 54 | 3  | 1  | 49 |
| 34 | 56 | 3  | 1  | 52 |
| 35 | 66 | 3  | 1  | 44 |
| 36 | 58 | 3  | 1  | 49 |
| 37 | 61 | 3  | 1  | 44 |
| 38 | 72 | 3  | 1  | 41 |
| 39 | 65 | 3  | 1  | 51 |
| 40 | 57 | 2  | 1  | 46 |
| 41 | 56 | 2  | 1  | 57 |
| 42 | 52 | 2  | 1  | 58 |
| 43 | 55 | 2  | 1  | 53 |
| 44 | 57 | 2  | 1  | 53 |
| 45 | 55 | 2  | 1  | 54 |
| 46 | 62 | 2  | 1  | 54 |
| 47 | 55 | 2  | 1  | 49 |
| 48 | 57 | 2  | 1  | 45 |
| 49 | 60 | 2  | 1  | 50 |
| 50 | 58 | 2  | 2  | 50 |
| 51 | 54 | 2  | 2  | 58 |
| 52 | 58 | 2  | 2  | 53 |

|     |    |   |   |    |
|-----|----|---|---|----|
| 53  | 43 | 2 | 2 | 56 |
| 54  | 58 | 2 | 2 | 52 |
| 55  | 58 | 2 | 2 | 52 |
| 56  | 47 | 2 | 2 | 46 |
| 57  | 63 | 2 | 2 | 54 |
| 58  | 57 | 3 | 2 | 55 |
| 59  | 57 | 3 | 2 | 55 |
| 60  | 55 | 3 | 2 | 57 |
| 61  | 56 | 3 | 2 | 48 |
| 62  | 59 | 3 | 2 | 56 |
| 63  | 53 | 3 | 2 | 56 |
| 64  | 53 | 3 | 2 | 51 |
| 65  | 56 | 3 | 2 | 51 |
| 66  | 52 | 3 | 2 | 51 |
| 67  | 58 | 3 | 2 | 54 |
| 68  | 54 | 4 | 2 | 50 |
| 69  | 62 | 4 | 2 | 60 |
| 70  | 61 | 4 | 2 | 51 |
| 71  | 61 | 4 | 2 | 51 |
| 72  | 60 | 4 | 2 | 57 |
| 73  | 58 | 4 | 2 | 50 |
| 74  | 64 | 4 | 2 | 56 |
| 75  | 60 | 2 | 2 | 48 |
| 76  | 61 | 2 | 2 | 44 |
| 77  | 61 | 2 | 2 | 47 |
| 78  | 55 | 2 | 2 | 45 |
| 79  | 56 | 2 | 2 | 45 |
| 80  | 59 | 2 | 2 | 53 |
| 81  | 57 | 2 | 2 | 49 |
| 82  | 57 | 2 | 2 | 34 |
| 83  | 62 | 2 | 2 | 39 |
| 84  | 57 | 3 | 2 | 58 |
| 85  | 58 | 3 | 2 | 58 |
| 86  | 53 | 3 | 2 | 48 |
| 87  | 54 | 3 | 2 | 56 |
| 88  | 49 | 3 | 2 | 47 |
| 89  | 50 | 3 | 2 | 48 |
| 90  | 50 | 3 | 2 | 48 |
| 91  | 55 | 3 | 2 | 51 |
| 92  | 53 | 3 | 2 | 52 |
| 93  | 58 | 3 | 2 | 55 |
| 94  | 60 | 3 | 2 | 57 |
| 95  | 61 | 3 | 2 | 57 |
| 96  | 64 | 3 | 2 | 66 |
| 97  | 58 | 3 | 2 | 53 |
| 98  | 55 | 3 | 2 | 55 |
| 99  | 57 | 3 | 2 | 56 |
| 100 | 54 | 3 | 2 | 49 |
| 101 | 40 | 5 | 1 | 57 |
| 102 | 56 | 5 | 1 | 43 |
| 103 | 52 | 5 | 1 | 50 |
| 104 | 59 | 5 | 1 | 53 |
| 105 | 55 | 4 | 1 | 50 |
| 106 | 57 | 4 | 1 | 57 |
| 107 | 52 | 4 | 1 | 55 |
| 108 | 54 | 4 | 1 | 51 |
| 109 | 59 | 4 | 1 | 58 |



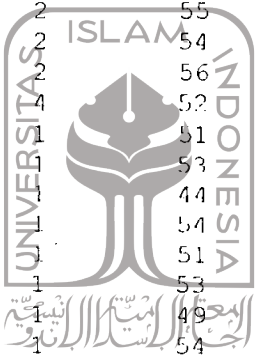
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

|     |    |   |   |    |
|-----|----|---|---|----|
| 110 | 56 | 3 | 1 | 50 |
| 111 | 52 | 3 | 1 | 49 |
| 112 | 52 | 3 | 1 | 48 |
| 113 | 56 | 3 | 1 | 64 |
| 114 | 56 | 3 | 1 | 48 |
| 115 | 53 | 3 | 1 | 48 |
| 116 | 53 | 3 | 1 | 50 |
| 117 | 61 | 3 | 2 | 56 |
| 118 | 60 | 3 | 2 | 50 |
| 119 | 53 | 3 | 2 | 52 |
| 120 | 55 | 3 | 2 | 41 |
| 121 | 57 | 3 | 2 | 44 |
| 122 | 60 | 3 | 2 | 57 |
| 123 | 53 | 3 | 2 | 47 |
| 124 | 56 | 3 | 2 | 52 |
| 125 | 61 | 3 | 2 | 62 |
| 126 | 46 | 3 | 2 | 55 |
| 127 | 52 | 3 | 2 | 49 |
| 128 | 53 | 3 | 2 | 55 |
| 129 | 56 | 3 | 2 | 53 |
| 130 | 49 | 2 | 2 | 51 |
| 131 | 51 | 2 | 2 | 49 |
| 132 | 53 | 2 | 2 | 56 |
| 133 | 48 | 2 | 1 | 57 |
| 134 | 44 | 2 | 1 | 57 |
| 135 | 54 | 2 | 1 | 57 |
| 136 | 52 | 2 | 1 | 52 |
| 137 | 53 | 2 | 1 | 49 |
| 138 | 53 | 2 | 1 | 46 |
| 139 | 53 | 2 | 1 | 50 |
| 140 | 56 | 2 | 1 | 52 |
| 141 | 57 | 2 | 1 | 53 |
| 142 | 53 | 2 | 1 | 48 |
| 143 | 45 | 2 | 1 | 49 |
| 144 | 53 | 2 | 1 | 51 |
| 145 | 53 | 2 | 1 | 53 |
| 146 | 59 | 2 | 1 | 54 |
| 147 | 65 | 2 | 1 | 54 |
| 148 | 53 | 2 | 1 | 49 |
| 149 | 53 | 2 | 1 | 49 |
| 150 | 52 | 2 | 1 | 51 |
| 151 | 55 | 2 | 1 | 57 |
| 152 | 52 | 2 | 1 | 52 |
| 153 | 47 | 2 | 1 | 52 |
| 154 | 47 | 2 | 1 | 56 |
| 155 | 56 | 2 | 1 | 55 |
| 156 | 41 | 2 | 2 | 56 |
| 157 | 51 | 2 | 2 | 51 |
| 158 | 53 | 2 | 2 | 56 |
| 159 | 54 | 2 | 2 | 54 |
| 160 | 55 | 2 | 2 | 54 |
| 161 | 54 | 2 | 2 | 56 |
| 162 | 53 | 2 | 2 | 59 |
| 163 | 57 | 2 | 2 | 55 |
| 164 | 57 | 2 | 2 | 55 |
| 165 | 50 | 2 | 2 | 53 |
| 166 | 56 | 2 | 2 | 57 |



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

|     |    |   |   |    |
|-----|----|---|---|----|
| 167 | 53 | 2 | 2 | 50 |
| 168 | 55 | 2 | 2 | 53 |
| 169 | 59 | 2 | 2 | 49 |
| 170 | 56 | 2 | 2 | 52 |
| 171 | 59 | 3 | 2 | 57 |
| 172 | 53 | 2 | 2 | 57 |
| 173 | 53 | 3 | 2 | 57 |
| 174 | 54 | 3 | 2 | 56 |
| 175 | 54 | 3 | 2 | 55 |
| 176 | 58 | 3 | 2 | 55 |
| 177 | 57 | 3 | 2 | 53 |
| 178 | 49 | 3 | 2 | 49 |
| 179 | 51 | 2 | 2 | 48 |
| 180 | 56 | 2 | 2 | 55 |
| 181 | 56 | 2 | 2 | 55 |
| 182 | 54 | 2 | 1 | 50 |
| 183 | 52 | 2 | 1 | 50 |
| 184 | 56 | 2 | 1 | 52 |
| 185 | 49 | 2 | 1 | 52 |
| 186 | 51 | 2 | 1 | 46 |
| 187 | 52 | 3 | 2 | 55 |
| 188 | 54 | 3 | 2 | 54 |
| 189 | 56 | 3 | 2 | 56 |
| 190 | 53 | 3 | 2 | 52 |
| 191 | 53 | 3 | 1 | 51 |
| 192 | 56 | 3 | 1 | 53 |
| 193 | 53 | 3 | 1 | 44 |
| 194 | 56 | 3 | 1 | 54 |
| 195 | 58 | 3 | 1 | 51 |
| 196 | 63 | 3 | 1 | 53 |
| 197 | 61 | 3 | 1 | 49 |
| 198 | 54 | 3 | 1 | 54 |
| 199 | 43 | 2 | 1 | 48 |
| 200 | 54 | 1 | 1 | 41 |



# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

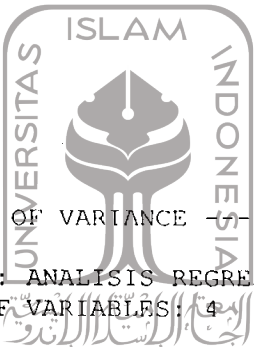
----- ANALYSIS OF VARIANCE -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

ONE-WAY ANOVA

| GROUP      | MEAN   | N   |
|------------|--------|-----|
| 1          | 2.325  | 200 |
| 2          | 51.815 | 200 |
| GRAND MEAN | 27.070 | 400 |

| SOURCE  | SUM OF SQUARES | D.F. | MEAN SQUARE | F RATIO   | PROB.     |
|---------|----------------|------|-------------|-----------|-----------|
| BETWEEN | 244926.010     | 1    | 244926.010  | 24152.584 | 1.000E-13 |
| WITHIN  | 4036.030       | 398  | 10.141      |           |           |
| TOTAL   | 248962.040     | 399  |             |           |           |



----- ANALYSIS OF VARIANCE -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

ONE-WAY ANOVA

| GROUP      | MEAN   | N   |
|------------|--------|-----|
| 1          | 2.700  | 200 |
| 2          | 51.815 | 200 |
| GRAND MEAN | 27.258 | 400 |

| SOURCE  | SUM OF SQUARES | D.F. | MEAN SQUARE | F RATIO   | PROB.     |
|---------|----------------|------|-------------|-----------|-----------|
| BETWEEN | 241228.033     | 1    | 241228.033  | 23496.141 | 9.000E-14 |
| WITHIN  | 4086.155       | 398  | 10.267      |           |           |
| TOTAL   | 245314.477     | 399  |             |           |           |

----- ANALYSIS OF VARIANCE -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

ONE-WAY ANOVA

| GROUP      |  |  |  |  |  |
|------------|--|--|--|--|--|
| MEAN       |  |  |  |  |  |
| N          |  |  |  |  |  |
| 1          |  |  |  |  |  |
| 1.495      |  |  |  |  |  |
| 200        |  |  |  |  |  |
| 2          |  |  |  |  |  |
| 51.815     |  |  |  |  |  |
| 200        |  |  |  |  |  |
| GRAND MEAN |  |  |  |  |  |
| 26.655     |  |  |  |  |  |
| 400        |  |  |  |  |  |

| SOURCE  | SUM OF SQUARES | D.F. | MEAN SQUARE | F RATIO   | PROB.     |
|---------|----------------|------|-------------|-----------|-----------|
| BETWEEN | 253210.240     | 1    | 253210.240  | 24894.748 | 6.000E-14 |
| WITHIN  | 4048.150       | 398  | 10.171      |           |           |
| TOTAL   | 257258.390     | 399  |             |           |           |



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

----- ANALYSIS OF VARIANCE -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

TWO-WAY ANOVA

| COL | MEAN   | N   |
|-----|--------|-----|
| 1   | 2.325  | 200 |
| 2   | 2.700  | 200 |
| 3   | 1.495  | 200 |
| 4   | 51.815 | 200 |

| ROW | MEAN   | N   |
|-----|--------|-----|
| 1   | 14.205 | 200 |
| 2   | 14.825 | 200 |
| 3   | 14.540 | 200 |
| 4   | 14.765 | 200 |

CELL MEANS

| ROW | COL | MEAN   | N  |
|-----|-----|--------|----|
| 1   | 1   | 2.500  | 50 |
| 2   | 1   | 2.520  | 50 |
| 3   | 1   | 2.160  | 50 |
| 4   | 1   | 2.120  | 50 |
| 1   | 2   | 2.720  | 50 |
| 2   | 2   | 2.820  | 50 |
| 3   | 2   | 2.860  | 50 |
| 4   | 2   | 2.400  | 50 |
| 1   | 3   | 1.020  | 50 |
| 2   | 3   | 2.000  | 50 |
| 3   | 3   | 1.320  | 50 |
| 4   | 3   | 1.640  | 50 |
| 1   | 4   | 50.580 | 50 |
| 2   | 4   | 51.960 | 50 |
| 3   | 4   | 51.820 | 50 |
| 4   | 4   | 52.900 | 50 |

|            |        |     |
|------------|--------|-----|
| GRAND MEAN | 14.584 | 800 |
|------------|--------|-----|

| SOURCE      | SUM OF SQUARES | D.F. | MEAN SQUARE | F RATIO   | PROB.     |
|-------------|----------------|------|-------------|-----------|-----------|
| COLS        | 369796.364     | 3    | 123265.455  | 24100.861 | .000E+00  |
| ROWS        | 47.284         | 3    | 15.761      | 3.082     | .0268     |
| INTERACTION | 128.921        | 9    | 14.325      | 2.801     | 3.061E-03 |
| ERROR       | 4009.820       | 784  | 5.115       |           |           |
| TOTAL       | 373982.389     | 799  |             |           |           |

----- FREQUENCY DISTRIBUTIONS -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

VARIABLE: 1. X1

| =====CLASS LIMITS===== |      | FREQUENCY |     | PERCENT | ....CUMULATIVE... |         |
|------------------------|------|-----------|-----|---------|-------------------|---------|
|                        |      |           |     |         | FREQUENCY         | PERCENT |
| .00 <                  | 1.00 | 0         |     | .00     | 0                 | .00     |
| 1.00 <                 | 2.00 | 0         |     | .00     | 0                 | .00     |
| 2.00 <                 | 3.00 | 135       |     | 67.50   | 135               | 67.50   |
| 3.00 <                 | 4.00 | 65        |     | 32.50   | 200               | 100.00  |
|                        |      | TOTAL     | 200 | 100.00  |                   |         |

| =====CLASS LIMITS===== |      | FREQUENCY |  | ..... |  |  |
|------------------------|------|-----------|--|-------|--|--|
| .00 <                  | 1.00 | 0         |  |       |  |  |
| 1.00 <                 | 2.00 | 0         |  |       |  |  |
| 2.00 <                 | 3.00 | 135       |  |       |  |  |
| 3.00 <                 | 4.00 | 65        |  |       |  |  |

----- FREQUENCY DISTRIBUTIONS -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

VARIABLE: 2. X2

| =====CLASS LIMITS===== |      | FREQUENCY |     | PERCENT | ....CUMULATIVE... |         |
|------------------------|------|-----------|-----|---------|-------------------|---------|
|                        |      |           |     |         | FREQUENCY         | PERCENT |
| .00 <                  | 1.00 | 0         |     | .00     | 0                 | .00     |
| 1.00 <                 | 2.00 | 0         |     | .00     | 0                 | .00     |
| 2.00 <                 | 3.00 | 81        |     | 40.50   | 81                | 40.50   |
| 3.00 <                 | 4.00 | 103       |     | 51.50   | 184               | 92.00   |
| 4.00 <                 | 5.00 | 11        |     | 5.50    | 195               | 97.50   |
| 5.00 <                 | 6.00 | 5         |     | 2.50    | 200               | 100.00  |
|                        |      | TOTAL     | 200 | 100.00  |                   |         |

| =====CLASS LIMITS===== |      | FREQUENCY |  | ..... |  |  |
|------------------------|------|-----------|--|-------|--|--|
| .00 <                  | 1.00 | 0         |  |       |  |  |
| 1.00 <                 | 2.00 | 0         |  |       |  |  |
| 2.00 <                 | 3.00 | 81        |  |       |  |  |
| 3.00 <                 | 4.00 | 103       |  |       |  |  |
| 4.00 <                 | 5.00 | 11        |  |       |  |  |
| 5.00 <                 | 6.00 | 5         |  |       |  |  |

----- FREQUENCY DISTRIBUTIONS -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

VARIABLE: 3. X3

| =====CLASS LIMITS===== |      | FREQUENCY | PERCENT | ....CUMULATIVE.... |         |
|------------------------|------|-----------|---------|--------------------|---------|
|                        |      |           |         | FREQUENCY          | PERCENT |
| .00 <                  | 1.00 | 0         | .00     | 0                  | .00     |
| 1.00 <                 | 2.00 | 103       | 51.50   | 103                | 51.50   |
| 2.00 <                 | 3.00 | 97        | 48.50   | 200                | 100.00  |
|                        |      | TOTAL     | 200     | 100.00             |         |

| =====CLASS LIMITS===== |      | FREQUENCY | ..... |       |
|------------------------|------|-----------|-------|-------|
|                        |      |           |       |       |
| .00 <                  | 1.00 | 0         |       |       |
| 1.00 <                 | 2.00 | 103       |       | ===== |
| 2.00 <                 | 3.00 | 97        |       | ===== |

----- FREQUENCY DISTRIBUTIONS -----

HEADER DATA FOR: A:SYT LABEL: ANALISIS REGRESI  
NUMBER OF CASES: 200 NUMBER OF VARIABLES: 4

VARIABLE: 4. Y

| =====CLASS LIMITS===== |       | FREQUENCY | PERCENT | ....CUMULATIVE.... |         |
|------------------------|-------|-----------|---------|--------------------|---------|
|                        |       |           |         | FREQUENCY          | PERCENT |
| 15.00 <                | 25.00 | 0         | .00     | 0                  | .00     |
| 25.00 <                | 35.00 | 1         | .50     | 1                  | .50     |
| 35.00 <                | 45.00 | 11        | 5.50    | 12                 | 6.00    |
| 45.00 <                | 55.00 | 129       | 64.50   | 141                | 70.50   |
| 55.00 <                | 65.00 | 59        | 29.50   | 200                | 100.00  |
|                        |       | TOTAL     | 200     | 100.00             |         |

| =====CLASS LIMITS===== |       | FREQUENCY | ..... |       |
|------------------------|-------|-----------|-------|-------|
|                        |       |           |       |       |
| 15.00 <                | 25.00 | 0         |       |       |
| 25.00 <                | 35.00 | 1         |       |       |
| 35.00 <                | 45.00 | 11        | ==    |       |
| 45.00 <                | 55.00 | 129       |       | ===== |
| 55.00 <                | 65.00 | 59        |       | ===== |