

ETHICS CONSUMPTION IN ISLAMIC ECONOMICS

¹ Mirahandani, ² M.Raihan, ³Rizqa Amelia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email: mirahandani2018@gmail.com

ABSTRACT

The Islamic study of consumption is essential if one is to restrain oneself with possessions and expenses. makes a country have a lot of money, welfare will not work if it is not used wisely and the benefits are not measurable. The best approach to using one's wealth for the betterment of oneself, one's community, and people as a whole is to direct one's preferences towards options that contain maslahah (good and beneficial). The drive to satisfy one's basic needs is innate in the human condition. Especially babies, humans always find ways to communicate their desires to meet their needs, such as babies screaming for milk when they are hungry. As we grow older and more capable, our wants and needs peak as we reach puberty and gradually decline until death.

Keywords: *Ethics, Consumption, Islam.*

ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

¹ Mirahandani, ² M.Raihan, ³Rizqa Amelia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email: mirahandani2018@gmail.com

ABSTRAK

Studi Islam tentang konsumsi sangat penting jika seseorang ingin menahan diri dengan harta benda dan pengeluaran. Sekalipun suatu negara memiliki banyak uang, kesejahteraan tidak akan berhasil jika tidak digunakan dengan bijak dan keuntungannya tidak dapat diukur. Pendekatan terbaik untuk menggunakan kekayaan seseorang untuk kemajuan diri sendiri, komunitas seseorang, dan orang-orang secara keseluruhan adalah dengan mengarahkan preferensi seseorang terhadap pilihan-pilihan yang mengandung maslahah (baik dan bermanfaat). Dorongan untuk memenuhi kebutuhan dasar seseorang adalah bawaan dari kondisi manusia. Bahkan sebagai bayi, manusia selalu menemukan cara untuk mengomunikasikan keinginannya untuk memenuhi kebutuhannya, seperti jeritan bayi minta susu saat lapar. Saat kita bertambah tua dan lebih mampu, keinginan dan kebutuhan kita mencapai puncaknya saat kita mencapai pubertas dan secara bertahap menurun hingga kematian.

Kata Kunci: Etika, Konsumsi, Islam.

PENDAHULUAN

Manusia terlibat dalam konsumsi sebagai semacam perilaku ekonomi fundamental. Kegiatan ekonomi utama ketiga, di samping produksi dan distribusi, adalah konsumsi. Untuk memaksimalkan kewajiban manusia sebagai hamba Allah SWT dan untuk mencapai kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat, konsumen dalam ekonomi Islam berusaha untuk memuaskan kebutuhan material dan spiritual. Konsep permintaan konsumen akhirnya memunculkan bidang teori konsumsi. Permintaan akan produk dan layanan didorong oleh keinginan dan kebutuhan konsumen. Teori ekonomi konvensional berpendapat bahwa keinginan memotivasi perilaku konsumen. Kebutuhan ini menimbulkan berbagai penafsiran tentang pengertian permintaan dalam kerangka konseptual Islam.

Karena apa yang dianugerahkan Allah di dunia ini merupakan anugerah terindah yang wajib dimanfaatkan oleh setiap umat untuk mencapai kekayaan atau falah, demikian pula Islam mengatur transaksi ekonomi, khususnya dalam hal konsumsi. Dalam ekonomi Islam, tujuan akhir dari semua pertukaran, terutama yang melibatkan barang material, adalah mendekatkan pembeli dan penjual kepada Allah SWT.

Dalam Islam, kepuasan dan keinginan tidak memiliki tempat dalam konsumsi; kebutuhan saja. Itu salah satu kewajiban agama untuk memenuhi persyaratan ini. Gagasan mashlahah tidak dapat dianggap terpisah dari upaya mencapai persyaratan ini. Berbeda dengan Islam, tidak ada teori lain yang menghubungkan konsumsi dengan gagasan mashlahah. Semua kebutuhan manusia—agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda—harus dilindungi. Ini termasuk dlaruriyat, hajiyat, dan tahsiniyat. Insya Allah jika lima syarat ini terpenuhi, tidak akan ada kerusakan yang terjadi pada kehidupan manusia.

METODE

Metodologi penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan jenis data penelitian secara kualitatif yang diperoleh melalui dari beberapa sumber pustaka yang ada seperti jurnal, tesis, buku, dan lainnya dengan melihat dan mencari literature yang sudah ada dan yang relevan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan analisis tugas. Penulis memilih metode jenis data penelitian secara kualitatif agar lebih mudah dipahami oleh pembaca apa yang terdapat dibalik semua data tersebut, sehingga mengetahui secara bagian khusus dalam penelitian ini. Pendekatan analisis data yang digunakan adalah pendekatan secara kualitatif dengan mengadopsi dari beberapa sumber pustaka.

HASIL DAN DISKUSI Hasil

Pengertian Konsumsi dalam Islam

Manusia, menurut teori ekonomi, adalah aktor rasional yang selalu berusaha memaksimalkan kebahagiaannya sendiri. Sejauh kemampuannya memungkinkan, konsumen akan selalu memprioritaskan kebahagiaan mereka sendiri. Mereka mengetahui produk lain yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Tampaknya mencapai tingkat kepuasan pribadi seseorang adalah tujuan utama. Konsumsi, atau pemanfaatan, adalah langkah terakhir dalam proses produksi dan langkah penting dalam pengelolaan kekayaan. Hanya untuk digunakan, kekayaan diciptakan; produksi hari ini adalah mata uang besok. Akibatnya, pemanfaatan (konsumsi) sangat penting untuk kesejahteraan ekonomi individu atau bangsa.

Manusia terlibat dalam konsumsi sebagai semacam perilaku ekonomi fundamental. Kegiatan konsumsi sangat penting untuk kelangsungan hidup semua bentuk kehidupan, termasuk manusia. Arti ekonomi dari "konsumsi" berbeda dari penggunaan istilah umum, yang mengacu pada kebiasaan makan dan minum. Konsumsi, dalam ekonomi, mengacu pada cara di mana setiap orang menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, istilah "perilaku konsumsi" mencakup

lebih dari sekedar tindakan mengkonsumsi makanan dan minuman; itu juga termasuk perolehan dan penggunaan barang-barang material lainnya, seperti pakaian, transportasi, alas kaki, dll.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produk yang digunakan dalam produksi (seperti makanan, pakaian, dan barang sejenis lainnya) dikonsumsi.

Dalam teori ekonomi tradisional, tujuan konsumsi adalah utilitas yang dimaksimalkan. Indikator kepuasan konsumen digunakan untuk memilih produk atau jasa akhir. Kemampuan seseorang untuk membelanjakan adalah satu-satunya faktor yang menentukan tingkat konsumsinya. Selama dia punya uang untuk melakukannya, dia akan menggunakan produk atau layanan yang dimaksud. Ketika uang sekali pakai seseorang meningkat, produk yang dulunya dianggap royal menjadi norma. Akibatnya, individu tersebut tidak pernah berhenti membeli barang.

Prinsip Konsumsi dalam Islam

Kondisi manusia adalah salah satu kemungkinan yang tidak terbatas. Itu termasuk kebutuhan dasar manusia juga. Untuk bertahan hidup, orang membutuhkan pemuasan keinginan, atau kebutuhan tertentu, yang dapat dipenuhi dengan memperoleh harta benda atau harta benda. Keinginan ini memotivasi orang untuk mengambil tindakan di dunia, dan tindakan ini termasuk terlibat dalam kegiatan ekonomi antara lain.

Konsumsi seorang Muslim dipandu oleh sejumlah prinsip yang membedakannya dari praktik khas non-Muslim. Hadits Nabi Muhammad dan ayat-ayat Alquran menjadi dasar prinsip ini. Di antara pedoman tersebut adalah:

1. Prinsip syariah

a. Memperhatikan tujuan konsumsi

Perilaku konsumen muslim tidak hanya bertujuan untuk “beribadah” untuk mendapatkan ridha Allah swt, tetapi juga tujuan untuk kepuasan konsumen.

b. Memperhatikan kaidah ilmiah

Seorang Muslim harus memperhatikan aturan perilaku higienis saat makan. Sesuai dengan prinsip higiene, makanan dan minuman tidak boleh mengandung bahan berbahaya. Demikian pula, itu harus aman, bermanfaat, dan sehat.

c. Memperhatikan bentuk konsumsi

Karena teori konvensional pada hakekatnya tidak mengakui Tuhan, maka fungsi konsumsi umat Islam menyimpang dari yang bertujuan untuk kepuasan terbesar (utilitas maksimum) terlepas dari ridha Allah atau tidak. Seorang Muslim harus memperhatikan jenis makanan dan minuman yang dia konsumsi. Hal ini terkait dengan batasan yang dihadapi Muslim dalam membeli dan menggunakan produk dan layanan tertentu. Misalnya, seorang Muslim harus menjauhkan diri dari mengkonsumsi hal-hal seperti daging babi, bangkai, darah, alkohol, dan sebagainya.

2. Prinsip kuantitas

a. Sederhana

Dalam keadaan normal, sejumlah kecil konsumsi diinginkan. Itu menunjukkan sikap yang tidak terlalu boros atau terlalu kikir. Hamba Tuhan yang paling berbakti sering berbagi kualitas kerendahan hati ini.

b. Keseuaian antara konsumsi dan pemasukan

Konsistensi antara keduanya konsisten dengan sifat manusia dan fakta kehidupan. Oleh karena itu, salah satu aturan utama ekonomi adalah bahwa kebiasaan belanja orang sangat bergantung pada tingkat pendapatan mereka. Ketika pendapatan naik, permintaan naik, dan ketika pendapatan turun, permintaan turun, bersama dengan faktor lainnya.

c. Penyimpanan dan pengembangan

Pembangunan (investasi) tidak dapat terjadi tanpa tabungan (tabungan). Untuk satu hal, diketahui bahwa penyimpanan dan konsumsi memiliki hubungan terbalik. Setiap kali salah satu dari mereka naik, yang lain jatuh. Akibatnya, tingkat tabungan yang lebih rendah akan menghasilkan lebih sedikit modal yang tersedia untuk investasi karena konsumsi meningkat. Ini adalah hambatan utama untuk investasi, jelas. Akibatnya, ekonomi secara keseluruhan bekerja untuk mengekang pengeluaran guna membebaskan sumber daya untuk investasi dan penciptaan bisnis baru.

3. Prinsip prioritas konsumsi

Jenis barang konsumsi dapat dibedakan dalam tiga tingkatan:

- a. Primer, menunjukkan sesuatu yang harus dipenuhi untuk menjaga kemaslahatan agama dan dunia, yang tanpanya kondisi tidak akan stabil dan individu tidak akan aman dari kehancuran.
- b. Sekunder, yaitu sesuatu yang menjadi tuntutan kebutuhan dan tanpanya akan terjadi penyempitan, tetapi tidak sampai pada taraf primer.
- c. Tersier, yaitu yang tidak naik ke tingkat kebutuhan primer atau sekunder, tetapi hanya sebatas pelengkap dan hiasan semata.

4. Prinsip Moralitas

Prinsip ini mengacu pada pemahaman faktor-faktor sosial yang mempengaruhi jumlah dan karakter konsumsi, yang terpenting adalah sebagai berikut:

- a. Salah satu aspek paling mendasar dari umat Islam adalah penekanan pada hubungan interpersonal dan saling membantu di antara anggotanya. Karena konsep ini, konsumen Muslim memperhatikan kesejahteraan rakyatnya dan karenanya tidak meningkatkan kuantitas atau kualitas konsumsi mereka sendiri, artinya banyak Muslim, terutama yang berada di sekitar mereka, hidup tanpa kebutuhan hidup.
- b. Umar Radiyallahu Anhu yang menjadi panutan masyarakat senantiasa memantau kebiasaan konsumsi para tokoh agar tidak menyimpang dari norma masyarakat secara keseluruhan. Dan dia melarang orang-orang yang mencontohkan hal-hal yang dia izinkan.
- c. Setiap muslim wajib untuk menjauhkan diri dari segala bentuk konsumsi yang mencolok yang secara langsung atau tidak langsung merugikan orang lain, apalagi jika itu membahayakan orang banyak.

Etika Konsumsi dalam Islam

Ada persepsi umum bahwa kebiasaan membeli orang menstandarkan atau mendiversifikasi norma budaya dunia. Ketika budaya dihomogenkan, baik norma global maupun kebiasaan lokal menjadi norma. Bahkan ketika budaya global tumbuh, tradisi lokal akan menjadi lebih jelas. 19 Erosi budaya lokal, nasional, dan Islam kadang-kadang disalahkan atas kegemaran baru masyarakat akan konsumsi yang menyolok.

Sama seperti ekonomi konvensional membedakan antara motivasi internal (manusia) dan eksterior (non-manusia) untuk konsumsi, begitu pula Islam membedakan antara motivasi internal dan eksternal untuk membeli.

1. Motif Internal

Motivasi internal yang dipermasalahkan adalah motivasi yang berkembang secara organik dalam diri seorang Muslim, seperti keinginan untuk mempertahankan vitalitas fisik dan mental sepanjang hidup seseorang. Hadits Nabi menjadi inspirasi untuk desain ini. berikut ini:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «الْمُؤْمِنُ الْقَوِيُّ خَيْرٌ وَأَحَبُّ إِلَيَّ مِنَ الْمُؤْمِنِ الضَّعِيفِ، وَفِي كُلِّ خَيْرٍ، إِحْرَصْ عَلَى مَا يَنْفَعُكَ وَاسْتَعِنْ بِاللَّهِ وَلَا تَعْجِزْ، وَإِنْ أَصَابَكَ شَيْءٌ فَلَا تَقُلْ: لَوْ أَنِّي فَعَلْتُ كَذَا وَكَذَا، وَلَكِنْ قُلْ: قَدَرَ اللَّهُ وَمَا شَاءَ فَعَلَ، فَإِنْ لَوْ تَفْتَحُ عَمَلَ الشَّيْطَانِ»

Seorang mukmin yang kuat lebih besar dan lebih disukai oleh Allah Azza wa Jalla daripada seorang mukmin yang lemah; dan pada keduanya ada kebaikan. Ini adalah tradisi yang dikaitkan dengan Abu Hurairah Radhiyallahu anhu. Mintalah petunjuk Allah (dalam segala hal yang Anda lakukan), kejarlah apa yang baik bagi Anda dengan sepenuh hati, dan jangan pernah meremehkan kekuatan Anda sendiri. Katakan sebaliknya, "Ini telah ditetapkan oleh Allah, dan Allah akan melakukan apa pun yang Dia inginkan," karena mengatakan sebaliknya akan membiarkan pintu terbuka untuk pekerjaan tangan setan jika terjadi bencana. H.R. Ahmad

2. Motif Eksternal

Sementara keinginan pelaku untuk memuaskan tuntutan kenyamanannya sendiri, dan keinginan pelaku untuk menerima penilaian yang menyenangkan (visualitas estetika) dari orang lain atau masyarakat umum, adalah contoh motif internal, persoalan yang dihadapi adalah apakah keduanya yang terkait. Ini adalah alasan mendasar yang baik dan tepat. Hadits Nabi menjadi inspirasi untuk desain ini. mengikuti:

عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم ، قَالَ: «لا يدخل الجنة من كان في قلبه مثقال ذرة من كبر» فقال رجل: إن الرجل يحب أن يكون ثوبه حسنا، ونعله حسنة؟ قال: «إن الله جميل يحب الجمال، الكبر: بَطْرُ الحقِّ وَعَمُّ النَّاسِ»

Menurut Abdullah bin Mas'ud, yang Rasulullah saw, Nabi Muhammad memperingatkan bahwa tidak ada seorang pun dengan sedikit kesombongan (dzarrah) di hatinya yang akan berhasil masuk surga. Seorang pria menjawab, "Begitulah sebenarnya dengan pria yang berpakaian bagus dan merawat sepatu dan sandalnya." Bahwa Allah itu indah dan memuja keindahan, menurut Rasulullah. Kebanggaan mengaburkan visi dan merendahkan kemanusiaan. H.R.Muslim

Kehidupan sehari-hari menunjukkan dan menegaskan kebutuhan mutlak akan perilaku konsumsi, termasuk perilaku konsumsi yang berhubungan dengan sandang, pangan, dan papan, untuk kehidupan yang sehat dan kuat. Pada kenyataannya, Islam mengatur pola konsumsi untuk memastikan pengikutnya menjaga kesehatan fisik dan mental. Hal yang sama berlaku untuk seberapa baik kondisi kehidupan memengaruhi tindakan seseorang, apakah tindakan itu bersifat religius atau sekuler.

Sementara pandangan ekonomi konvensional (yang materialistis) melihat konsumsi sebagai alat untuk mencapai tujuan (memuaskan kebutuhan material dan fisiologis seseorang), Islam melihatnya sebagai alat untuk mencapai tujuan (memuaskan kebutuhan spiritual dan psikologis seseorang juga).

Dari sudut pandang Islam, hal ini dapat diartikulasikan dalam kerangka cita-cita berbasis konsumsi berikut ini:

1. Tujuan Materil

Adapun tujuan materil dari perilaku konsumsi dalam pandangan Islam dapat dipahami dari ayat dan hadis berikut:

- a. Mendatangkan Kesehatan Fisik. Dalam Q.S. al-A'rāf (7): 31 dipaparkan:

“Wahai anak Adam, ketika kamu memasuki masjid, pakailah pakaianmu yang indah, makan dan minum secukupnya, dan jangan berlebihan. Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

b. Menjaga dan Menutup Aurat. Sebagaimana ditegaskan dalam Q.S. al-A'raf (7): 26 dan 32:

“Anak cucu Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan pakaian untuk memberimu pakaian dan pakaian yang indah untuk perhiasanmu. dan pakaian yang paling tepat adalah pakaian takwa. Itu adalah salah satu bukti kekuasaan Allah, dan saya berdoa agar orang-orang tidak pernah melupakannya.”

“Katakanlah: Lalu, siapakah yang melarang perhiasan yang diberikan Allah kepada orang-orang beriman-Nya, atau (demikian juga) rezeki yang layak? Sederhananya: pada hari kiamat, semua adalah untuk orang-orang yang percaya pada kehidupan dunia. Inilah mengapa kami memberikan penjelasan ayat untuk yang berilmu.”

c. Memberikan Kenyamanan Hidup. Rasulullah saw. bersabda:

“Dari Sa’ad bin Abi Waqqash, ia berkata, Rasulullah saw. bersabda: ada tiga hal yang membahagiakan manusia, yaitu (1) isteri yang salehah, (2) rumah yang bagus dan (3) kendaraan yang bagus (H. R. Ahmad).”

2. Tujuan Spiritual

Pertama, mengembangkan sikap syukur terhadap karunia Tuhan merupakan salah satu tujuan spiritual dari perilaku konsumsi Islami. Setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen Muslim (pengabd Allah) dipandang sebagai ekspresi pengabdian kepada Tuhan. Rasa syukur kepada Allah diperkuat melalui makan karena Dia pertama kali memberikan kemampuan untuk mencari sumber konsumsi seperti makanan, kemudian diberikan bahan konsumsi yang melimpah, dan akhirnya diberikan energi yang diperoleh dengan memakan barang-barang tersebut. Konsumen Muslim harus selalu mengingat rasa terima kasih saat melakukan pembelian.

Yang kedua adalah pemupukan para pemuja yang bersyukur. Jika seorang Muslim membeli sesuatu dan melihatnya sebagai tindakan kasih karunia Tuhan, orang tersebut jauh lebih mungkin menggunakan cara apa pun yang tersedia untuk selalu berdoa sebagai rasa syukur. Ibadah berulang yang dilakukan karena penghargaan atas rahmat Tuhan akan mengubah para pelakunya menjadi profesional ibadah yang hanya menawarkan yang terbaik kepada Tuhan. Allah menyarankan agar tindakan ibadah kepadanya harus dimotivasi oleh rasa syukur atas nikmatnya. Dalam Surat Q.S. al-Baqarah, ayat 172, Allah menekankan hal ini. “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”

KESIMPULAN

Sesuai dengan semangat al-maqashid asyasyari'ah, perilaku konsumen harus dapat memperhatikan aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer (dharuriyat), sekunder (hajjiyat), dan trisier (tahsiniyat), sehingga seorang konsumen mengutamakan aspek kebutuhan. daripada keinginan dalam memenuhi kebutuhan. Sebagai spesies, kita memiliki keinginan dan persyaratan yang tak terbatas. Menurut ajaran Islam, orang harus selalu mengikuti pedoman halal dan ayyibanan ketika datang ke pilihan makanan mereka, dan mereka harus menghindari praktik israf dan tabr ketika mengalokasikan pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut teori ekonomi Islam, kebiasaan konsumsi seseorang harus mencapai keseimbangan antara utilitas total dan utilitas marjinal mereka jika mereka ingin memenuhi kebutuhan material dan spiritual mereka.

Akibatnya, setiap Muslim akan memprioritaskan mendapatkan hasil maksimal dari barang yang dibelinya, meningkatkan kualitas hidupnya dan memberinya alasan untuk optimis.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Bahri, S. (2014). Etika konsumsi dalam perspektif ekonomi islam. *Vol. 11 No, 2*, 347-370.
- Barakah, A., Suitra, P., & Najiha, U. (2020). Etika konsumsi (istihlak) perspektif filsafat ekonomi islam. *CENDEKIA: Jurnal studi keislaman*, 6(1), 20-31.
- Ermawati, E. (2021). Etika konsumsi islam dalam impulsive buying. *Bilancia*.
- Fatahillah, I. A. (2013). Implementasi konsep etika dalam konsumsi perspektif ekonomi islam. *Hukum islam*, 13(2), 154-169.
- Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Habibullah, E. S. (2018). Etika Konsumsi Dalam Islam. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(01), 90-102.
- Ilyas, R. (2016). Etika konsumsi dan kesejahteraan dalam perspektif ekonomi islam. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 152-172.
- Quddus, M. F. (2021). Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 43-60.
- Rangkuti, S. (2018). Konsumsi dalam Ekonomi Islam. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2).
- Sahib, M., Anugrah, M. F., & Syam, N. (2022). IMPLEMENTASI ETIKA EKONOMI ISLAM DALAM KEGIATAN PRODUKSI, DISTRIBUSI DAN KONSUMSI. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 1(1), 16-27.