

PHILOSOPHICAL ANALYSIS OF CONSUMPTIVE ECONOMIC BEHAVIOR IN RELIGION

Abdul Wahid

IAIN Madura, Jl. Raya Panglegur Km. 04 Pamekasan Madura

abdulwahidmphil@gmail.com

ABSTRACT

The economic system arises because of human efforts to meet the needs of life, so that economic activities are formed, such as production, distribution, and consumption. Consumption is an important (even very important) activity in human life. In other words, the role of humans in the dynamics of their lives, must intersect and require consumption in the form of social interactions. However, all human activities, especially consumer behavior cannot be separated from the ways and rules that have been set in religion. In principle, religion (in this case Islam) should have to answer the many formulations of problems related to consumptive economic behavior. Religion implies that consumer behavior is not limited to the necessities of life that are real or visible in reality, but must also be based on an abstract or transcendental point of view. Thus, human behavior in the economy is not only fixated on the aspects of pleasures that emphasize the material aspects but also the spiritual aspects.

Keywords: Philosophy, Economic, Consumptive, Religion

ABSTRAK

Sistem ekonomi timbul karena usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, sehingga terbentuklah kegiatan-kegiatan ekonomi, seperti produksi, distribusi, dan konsumsi. Konsumsi merupakan kegiatan yang penting (bahkan sangat penting) dalam kehidupan manusia. Dengan kata lain, peran manusia dalam dinamika kehidupannya, harus bersinggungan dan membutuhkan konsumsi dalam bentuk interaksi sosial. Namun segala aktivitas manusia senantiasa berhubungan dengan cara atau aturan dengan ketetapan agama. Pada prinsipnya, agama (dalam hal ini Islam) harus menjawab berbagai rumusan masalah yang berkaitan dengan perilaku ekonomi konsumtif. Agama mengandung makna bahwa perilaku konsumen tidak terbatas pada kebutuhan hidup yang nyata atau tampak dalam kenyataan, tetapi juga harus didasarkan pada sudut pandang yang abstrak atau transendental. Dengan demikian, perilaku manusia dalam perekonomian tidak hanya terpaku pada aspek kesenangan yang menekankan pada aspek material tetapi juga aspek spiritual.

Kata Kunci : Filosofis, Ekonomi, Konsumtif, Agama

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan adanya orang lain dalam hidupnya. Bentuk interaksi ini selalu berkaitan antara manusia yang satu dengan manusia lainnya, karena adanya faktor kebutuhan pada masing-masing individu. Artinya, di sadari atau tidak, manusia dalam hidup bermasyarakat, selalu membutuhkan orang lain untuk mencukupi kehidupannya (Basyir, 2000).

Sistem ekonomi timbul dari usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pemenuhan kehidupan tentunya sangat variatif dan menghasilkan berbagai jenis sistem kehidupan, termasuk sistem ekonomi. Sistem ekonomi disetel untuk

memenuhi kebutuhan manusia akan berbagai jenis komoditas, terutama komoditas atau barang kebutuhan pokok.

Menurut Raharjo (1999), salah satu ruang lingkup kegiatan ekonomi adalah perilaku manusia, karena hal ini berkaitan dengan faktor perekonomian, yaitu konsumsi, distribusi diproduksi. Pengertian ini sejalan dengan ahli ekonomi Neoklasik Lord Robin yang mengatakan bahwa ekonomi adalah studi tentang perilaku manusia sebagai hubungan antara tujuan dan sarana kepuasan dalam hidupnya.

Definisi umum kegiatan ekonomi menyangkut barang dan jasa material. tetapi, bentuk pemahaman lain tentang kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada aspek

material (dikatakan sebagai objek ekonomi), juga kegiatan yang bersifat moralitas yang berkaitan erat dengan aspek perilaku manusia.

Itzioni (1992) mengatakan bahwa manusia adalah pengambil keputusan segalanya, misalnya setiap perilaku manusia berkaitan dengan nilai juga emosi. Senada dengan hal tersebut, Qardawi (1997), mengungkapkan bahwa tarik menarik antara nilai dan emosi inilah yang mewarnai perilaku manusia dalam mengambil keputusan dalam setiap aktivitas kehidupannya, seperti bagaimana dirinya berinteraksi dengan orang lain, dan bagaimana seseorang mencapai keinginannya. Semua kegiatan tersebut merupakan nilai-nilai yang mencakup masalah moralitas.

Agama mengajarkan manusia untuk menjalankan aturan secara keseluruhan (kaffah). Agama tidak hanya mengatur aspek ibadah mahdah yang menyangkut hubungan vertikal antara manusia dengan pencipta-Nya, tetapi juga menyangkut segala bentuk aktivitas yang berimplikasi sosial. Kegiatan ini disertai dengan segala rambu yang mengatur persoalan moralitas dan attitude (Afzalurrahman, 1995).

Konsumsi adalah memfungsikan barang atau sumber daya yang dilakukan oleh manusia dengan sebaik-baiknya. Manusia dalam melakukan konsumsi, diberikan kebebasan yang bersandar konsensus perilaku ekonomi konsumtif berlandaskan ketentuan agama.

Perilaku ekonomi konsumtif dalam teori ekonomi konvensional, didefinisikan kajian yang fungsinya untuk kegunaan yang maksimal. Konsepsi teori ini memaksimalkan potensi ekonomi manusia (*homo economicus*) yang bertujuan untuk mendapatkan derajat keuntungan ekonomi yang setinggi-tingginya. Secara filosofis etis, esensi moralitas seseorang bisa dilihat dari apa yang telah

dilakukannya. Artinya, nilai etis seseorang dapat diukur apabila menghasilkan nilai fungsi untuk orang banyak.

Penjelasan ini memberikan pemahaman tentang teori konsumsi yang sejalan dengan teori utilitarianisme. Dalam teori ini, sepenuhnya terkait dengan penentuan nilai tindakan etis yang dilakukan dengan mengukur sejauh mana manfaat atau utilitas yang akan diperoleh dalam tindakan yang dilakukan. Dan ini baru akan dibahas tuntas jika dikaitkan dengan agama sebagai bentuk kritis nilai akademik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka, *library research*, yaitu penelitian yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya (Hadi; 1990). Sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitik yaitu pemaparan yang diawali dengan menggambarkan konsep tentang analisis filosofis perilaku ekonomi konsumtif dalam agama, kemudian memberikan pembahasan dan menganalisis, sehingga pada akhirnya dapat menemukan kesimpulan yang memadai dan signifikan sebagai hasil dari sebuah penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan referensi berkaitan objek yang diteliti. Data penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Sedangkan data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan pemikiran induksi, yaitu menelaah berbagai pemikiran yang bersifat spesifik (perilaku ekonomi konsumtif), kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum dari pemikiran tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Boediono (1997), “perilaku konsumen selalu berkaitan dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa jika harga suatu barang naik maka jumlah barang

yang diminta konsumen akan turun, dan sebaliknya bila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat”.

Teori manfaat adalah teori perilaku konsumen yang digunakan dalam ilmu ekonomi modern. Teori ini membahas tentang kepuasan atau kenikmatan yang diterima seseorang dari mengkonsumsi barang (Sukirno; 2000). Ada dua pendekatan untuk menjelaskan perilaku konsumen: utilitas marjinal dan ketidakpedulian. Pertama, pendekatan utilitas marjinal. Ini mengasumsikan bahwa kepuasan semua pelanggan dapat diukur dalam uang atau unit lain.

Kedua, pendekatan acuh tak acuh. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa Anda dapat mengukur kepuasan pelanggan. Produk yang dikonsumsi memiliki kepuasan yang sama. Pendekatan ini mengasumsikan kepuasan pelanggan tinggi atau rendah tanpa menunjukkan seberapa tinggi atau rendah kepuasan pelanggan.

Pendekatan di atas memberikan penjelasan bahwa perilaku konsumsi berusaha meraih target maksimal tanpa dipengaruhi besarnya budget keuangannya. Artinya, seseorang dapat melakukan hal apapun selama anggaran tersedia dan memadai, dan seseorang berupaya menghabiskan finansial untuk mengejar keinginannya sehingga dapat dicapai dalam kondisi maksimal.

Diskursus mengenai konsumsi perilaku konsumtif juga banyak di singgung dalam agama. Dalam hal ini perilaku konsumtif merupakan pointer yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial tentu manusia akan selalu berinteraksi dengan persoalan ekonomi, baik yang bersifat produsen maupun konsumen. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi berbasis agama dalam hal konsumsi misalnya, adalah terletak pada cara

pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang.

Konsepsi agama dalam konteks ekonomi tentu mempunyai role atau aturan yang berbeda dengan aturan konvensional (Barat), begitu pula dalam masalah konsumsi. Dalam hal ini, agama mengatur manusia dalam melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi, termasuk konsumsi berupaya untuk menjadikan manusia sebagai makhluk ekonomi yang berguna bagi dinamika hidupnya dan juga dinamika sosialnya. Agama tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern.

Agama menetapkan sebuah aturan yang baku dalam mengatur setiap tindakan manusia yang berhubungan dengan barang yang layak untuk dikonsumsi maupun tidak layak dalam transaksi ekonomi. Pada prinsip-prinsip atau aturan ini, agama memberikan hukum dengan jelas mengenai hal apapun (konsumsi) baik yang boleh maupun yang dilarang bagi manusia, juga menentukan tingkat kesucian atas penggunaannya (Mannan; 1997).

Menurut Afzalurrahman (1995), perintah agama tentang konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip. Pertama, prinsip keadilan. Asas ini memiliki makna ganda, baik mengenai mencari rezeki secara halal maupun yang dilarang oleh undang-undang. Hal-hal yang baik adalah hal-hal yang menyenangkan, manis, baik, indah, harum, dan lezat.

Kedua, prinsip kebersihan. Dalam hal ini agama mengajarkan barang yang dikonsumsi harus bersih dan suci. Kebebasan yang diberikan agama dalam memanfaatkan atau membelanja harta untuk membeli barang-barang yang baik dan yang halal, dan juga tidak melanggar batas-batas kesucian yang telah ditetapkan. Dalam

hal ini, agama hanya membolehkan mengkonsumsi barang-barang ekonomi yang telah ditentukan kategori bersih dan halal nya.

Ketiga, prinsip kesederhanaan. Agama telah menetapkan prinsip-prinsip konsumtif yang cukup ekstrim yaitu antara paham materialisme dan spiritualisme. Agama melarang membelanjakan harta secara berlebih-lebihan semata-mata menuruti hawa nafsu, kemudian juga berupaya untuk menjauhkan diri dari berlebih-lebihan dalam menikmati barang konsumtif meskipun hal itu yang baik di dalam kehidupan.

Keempat, prinsip moral. Prinsip ini merupakan penjelasan mengenai kenyataan etika (moralitas) seorang pelanggan (konsumen) saat transaksi kegiatan ekonomi. Perilaku konsumtif yang dilakukan tidak hanya ditujukan pada hasil yang bersifat eksternal dan sementara tetapi bersifat abadi dengan prinsip mengikat nilai moral dan spiritual.

Kelima, prinsip kedermawanan. Dalam agama, diperintahkan untuk mengkonsumsi suatu barang yang halal, yang telah diberikan oleh Tuhan karena kemurahan-Nya. Prinsip ini memungkinkan manusia untuk berperilaku konsumtif demi kelangsungan hidup dan kesehatannya dengan niat untuk memenuhi perintah dan aturan-Nya. Dengan demikian ada prinsip yang sifatnya elastis terhadap barang konsumsi yang terjadi dalam kehidupan manusia dalam lingkup spiritualitas.

Pada dimensi yang lain, agama mengajarkan manusia bahwa selama hidupnya akan mengalami tahapan-tahapan yang harus dilalui. Tahapan kehidupan ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu dunia dan akhirat. Oleh karena itu agama mengajarkan kepada manusia untuk selalu berupaya mencapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Pada saat manusia

melakukan aktivitas konsumsi harus melihat aturan agama sebagai bentuk landasan spirit dunia-akhirat.

Konsepsi ekonomi konvensional menjelaskan tentang bolehnya seseorang melakukan transaksi ekonomi selama memiliki anggaran, dan cenderung membelanjakan anggarannya untuk mengejar kepuasan maksimal. Prinsip ekonomi ini condong kepada hal-hal yang berorientasi dunia sedangkan porsi tentang akhirat menjadi kurang bernilai atau bahkan tidak terpenuhi sama sekali. Namun, dari sisi agama, hal ini tidak efisien, karena konsumen harus memahami dan memilih kebutuhan mana yang harus diprioritaskan di atas yang lain. Dalam arti lain, kebutuhan sekunder harus dikalahkan daripada kebutuhan primer.

Pembelanjaan atau pengeluaran konsumsi dalam agama di kategorikan dalam beberapa hal:

1. Konsumsi sendiri

Konsumsi untuk diri sendiri termasuk kebutuhan pokok (primer). Kebutuhan primer ini harus dipenuhi. Sedangkan kebutuhan fungsional dapat terpenuhi, tetapi setelah kebutuhan dasar (pokok) telah terpenuhi. Kebutuhan fungsional ini bukan kebutuhan primer tetapi merupakan kebutuhan pelengkap. Untuk memenuhi kebutuhan pokok, seseorang dilarang mengkonsumsi semua barang, karena agama hanya menekankan kepada kebutuhan yang penting (primer). Kemudian juga harus ada keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran.

Perilaku ekonomi konsumtif juga dilarang berlaku hemat dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan. Seorang yang mampu terlalu hemat dalam melakukan aktivitas ekonominya, maka akan terjebak pada sikap yang tidak baik dan cenderung dilarang oleh agama, semisal terjebak pada

sikap kikir atau bakhil. Namun agama juga melarang sikap yang berlebih-lebihan karena akan terjebak pada sikap riya' dan sombong.

2. Tabungan

Orang perlu mempersiapkan masa depan karena masa depan mereka tidak pasti. Dalam hal ini, manusia perlu memenuhi kebutuhan jangka pendek (dunia) dan jangka panjang (bawah). Dalam ilmu ekonomi, persiapan masyarakat untuk masa depan dapat dilakukan dengan menabung atau menabung. Menabung adalah kegiatan untuk menyimpan sebagian dari pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dan mendadak di masa yang akan datang. Ada tiga pilihan dalam hal menyimpan atau menyimpan aset. Pertama, simpan aset Anda secara tunai. Pola pertama kontraproduktif dan mengganggu siklus bisnis dan dilarang dalam agama.

Kedua, menyimpan simpanan dalam bentuk harta tanpa memproduksinya. Pola kedua ini dapat dilakukan sepanjang mengikuti cara-cara yang dianjurkan dan diperbolehkan oleh ajaran agama. Contoh pola ini adalah deposito bank syariah, permata, atau bentuk rumah. Ketiga, berinvestasi dalam kegiatan ekonomi seperti bisnis yang menguntungkan (tidak dilarang oleh ajaran agama). Pola ketiga ini sangat dianjurkan karena sangat membantu arus mobilitas ekonomi yang lebih baik dan mengarah pada kesehatan ekonomi yang lebih baik.

3. Konsumsi sosial

Aturan dalam agama menekankan aspek sosial menjadi salah satu poin penting dalam melaksanakan kegiatan ekonomi. Perilaku ekonomi konsumsif mestinya harus di dasari oleh tanggungjawab sosial dalam melakukannya. Contoh misalnya, agama mengharuskan kepada setiap pendapatan yang telah cukup untuk dikeluarkan kepada orang

lain (yang telah ditentukan) sebagai bentuk kewajiban yang harus dipenuhi. Dalam agama, hal ini disebut dengan tanggung jawab sosial dalam bentuk sadaqah dan atau zakat.

Prinsip sadaqah dan zakat yang dilakukan oleh seseorang hakikatnya berupaya untuk menjaga stabilitas dan keseimbangan ekonomi. Sadaqah dan zakat adalah investasi seseorang agar bisa mendapatkan outcome yang bernilai dunia dan juga akan bernilai akhirat. Dapat memberikan hasil secara material, membahagiakan orang yang diberi, maupun juga memberikan hasil akhirat, karena mendatangkan pahala bagi yang orang yang memberikannya.

KESIMPULAN

Teori ekonomi konvensional menyatakan bahwa perilaku ekonomi konsumtif didefinisikan sebagai teori yang mempertimbangkan kegunaan potensi ekonomi manusia untuk mendapatkan derajat keuntungan ekonomi tertinggi. Dalam etika filosofis, pendekatan ini memandang bahwa nilai moral dari tindakan individu memiliki konsekuensi atas tindakan tersebut. Artinya, nilai tindakan etis dapat diukur jika tindakan tersebut menghasilkan nilai manfaat bagi orang banyak.

Agama tidak hanya mengatur aspek lahiriah tetapi juga mengatur aspek batiniah. Artinya, tindakan dalam agama, tidak hanya menyinggung hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan tetapi juga melibatkan segala bentuk aktivitas yang berimplikasi sosial, termasuk ekonomi. Dalam hal ekonomi, kegiatan ini disertai dengan berbagai aturan yang hanya mencari laba tanpa melihat nilai-nilai etika dan moral. Perintah agama tentang konsumsi memiliki beberapa aspek, yaitu keadilan, kebersihan,

kesederhanaan, kedermawanan, dan moralitas.

Pandangan kritis tentang hubungan antara perilaku ekonomi konsumtif dan agama adalah utilitarianisme. Berdasarkan kajiannya, teori utilitarianisme ini menawarkan nilai moralitas dan azaz kemamfaatan sebagai landasan etis kepada setiap orang dalam kegiatan ekonomi sehingga tidak hanya berdasarkan nilai tawar barang ekonomi semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. (1995). Muhammad Sebagai Seorang Pedagang, alih bahasa Dewi Nurjuliati, dkk., cet. I. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi
- Basyir, Ahmad Azhar. (2000). Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam). Yogyakarta: UII Press.
- Boediono. (1997). Ekonomi Mikro. Yogyakarta: BPFE.
- Etzioni, Amitai. (1992). Dimensi Moral Menuju Ilmu Ekonomi Baru, alih bahasa Tjun Suryaman, cet. I. Bandung: PT Rosda Karya.
- Hadi, Sutrisno. (1990). Metodologi Research. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kurdi, M. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Rengginang Lorjuk Cap Jempol Kecamatan Pragaan Sumenep. Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi), 7(01), 27-33.
- Manan, Abdul. (1997). Teori dan Praktek Ekonomi Islam. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Qaradawi, Yusuf. (1997). Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam, alih bahasa Didin Hafidudin, dkk., cet. I. Jakarta: Rabbani Press.
- Raharjo, Dawam. (1999). Islam dan Transformasi Ekonomi, cet. I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sukirno, Sadono. (2000). Pengantar Teori Mikroekonomi, cet. XII. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.