

Mukena seharga Rp.5 juta:
Analisis Konsumsi Moderat ala '*Iba>d al-Rahma>n*' alias *Homo Islamicus*
dengan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami¹

oleh Susy Yunia R. Sanie-Herman²

Abstrak

Tulisan ini merupakan hasil kajian teoritis tentang epistemologi ilmu ekonomi Islam dalam pohon ilmu ekonomi umum. Perbedaan teori ekonomi mikro konvensional neo-klasikal dengan teori ekonomi mikro Islami dibahas sejak perbedaan asumsi dasar yang bersumber dari ajaran tauhid Islam. Fokus kajian tentang perilaku ekonomi konsumen muslim melahirkan konsep-konsep baru tentang Homo Religius dan Homo Islamicus (sebagai pengganti homo economicus), Masalah (menggantikan Utility), Kurva Indiferen /iso-maslahah menggantikan kurva indiferen utility. Teori hudud (constrains/pembatasan) dalam perilaku konsumen muslim dirumuskan dari kaidah-kaidah konsumsi Islami, menurunkan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (KKKI) yang merupakan pemetaan anjuran konsumsi moderat dalam ajaran Islam. Kemudian pembelian mukena seharga 5 juta dianalisis menggunakan KKKI.

Kata kunci: teori ekonomi mikro Islami, Homo Religius dan Homo Islamicus, Masalah, Kurva Indiferen /iso-maslahah, Teori hudud, Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (KKKI)

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Apakah membeli, memiliki dan/atau memakai mukena seharga 5 juta adalah sesuatu yang 'berlebih-lebihan' alias *isra>f* yang terlarang dalam ajaran Islam? Ini adalah salah satu pertanyaan sederhana yang mungkin biasa ditanyakan dalam majelis-majelis taklim kepada para juru dakwah. Pastinya para juru dakwah akan mampu memilih dalil-dalil dalam Al-Qur'an dan Hadis untuk menjawabnya sebagai nasehat kepada umat. Tetapi, bagaimana Ilmu Ekonomi Islam menjelaskan fenomena ini? Yaitu fenomena tentang perilaku konsumsi muslimin dalam mengkorbankan sejumlah uang untuk kepentingan ibadah dalam rangka menyembah Allah.

Mengapa tidak boleh membeli 'yang mahal' untuk menghadap 'Yang Maha Pemberi' yang telah memberikan rezeki kepada kita sehingga kita sanggup membelinya? Bukankah Allah dalam Al-Qur'an menyuruh kita mengenakan pakaian yang bagus saat memasuki rumahNya, dan ada hadis Rasulullah yang mengatakan bahwa Allah senang jika kita menampakkan 'jejak' dari karunia yang diberikannya kepada kita. Bagaimana rasionalitas konsumen menurut Ekonomi Islam menyikapi hal ini? Berapa batasan 'mahal'nya sebuah perlengkapan ibadah kepada-Nya sehingga terkatagori 'berlebih-lebihan' alias *isra>f*? Sebaliknya, berapa pula batasan agar tidak terkatagori 'kikir' yang juga terlarang dalam pembelanjaan seorang muslim yang beriman.

Dapatkah argumen-argumen teori, rumus-rumus, kurva, atau instrumen ilmu ekonomi lainnya digunakan untuk menjelaskan fenomena tersebut? Secara epistemologi, apa kaitan

¹ Makalah diajukan dalam Forum Riset Ekonomi dan Keuangan Syariah II, 13-14 November 2013

² Peneliti & Dosen FE Unika Atma Jaya – Jl Jend. Sudirman Kav 51 Jakarta. Alumni S3 EI-SPS UIN Syarif Hidayatullah. HP: 081311030455, susy.sanie@atmajaya.ac.id.

ilmu ekonomi Islam dengan ilmu ekonomi umum?, sehingga teori-teori ekonomi (umum) dapat digunakan untuk menganalisis perilaku keberagamaan; termasuk perilaku seorang muslim dalam mengalokasikan sumberdaya ekonominya³ untuk memenuhi kebutuhan guna menjalankan perintah Allah dan melaksanakan kegiatan ritual agama. Bagaimana Ilmu Ekonomi Islam memetakan konsumsi moderat yang dianjurkan ajaran Islam, sebagaimana yang tercantum dalam QS Al-Furqan (25): 67⁴ bahwa perilaku ekonomi juga menjadi salah satu ciri karakteristik ‘hamba (yang dikasihi) Sang Maha Pengasih (*Ibad al-Rahman*)’⁵ yang dijanjikan masuk surga, yaitu mereka yang menafkahkan atau menginfakkan hartanya secara wajar, tidak berlebih-lebihan (*israf*) dan juga tidak kikir⁶. Pertanyaan-pertanyaan diatas melatarbelakangi motivasi penelitian yang sebagian hasilnya dituangkan dalam tulisan ini⁷.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Secara garis besar tujuan penulisan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. menguraikan tentang cabang ilmu ekonomi berkaitan dengan kajian ekonomi dan agama, yaitu: ekonomi agama (*the economics of religion*) yang berbeda dengan Ekonomi

³ Yang termasuk sumberdaya ekonomi adalah: uang (pendapatan), waktu, tenaga, keterampilan (*skill*), ilmu (pengetahuan, informasi), dst.

⁴ QS al-Furqan (25): 67: *Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.*

⁵ Di kalangan komunitas ekonomi Islam telah diperkenalkan konsep *homo Islamicus* sebagai substitusi dari *homo economicus* dalam teori ekonomi konvensional. Konsep ‘*Ibad al-Rahman*’ dalam QS al-Furqan (25): 63-76 menjadi salah satu dalil bagi keberadaan konsep *homo Islamicus* yang menjadikan ajaran tauhid Islam sebagai landasan rasionalitas perilaku ekonominya. Landasan keutuhan ajaran Islam sebagai *way of life* yang tidak sekuler yang digambarkan oleh konsep ‘*Ibad al-Rahman*’ ini menjadikan konsep manusia ekonomi dalam ajaran Islam harus utuh sebagai ‘manusia’, sehingga konsep manusia ekonomi Islam adalah *homo Islamicus* yang utuh dan tidak menjadi sekedar *homo economicus Islam* alias *homo economicus yang beragama Islam*. (lihat catatan kaki no.6 berikut).

⁶ Konsep ini menjelaskan mengapa ‘tiket ke surga’ tidak bisa dibeli dengan harta, misalnya dengan menyantuni anak yatim, tidak otomatis bisa dapat tiket kursi VVIP duduk disebelah Rasulullah di surga saat beraudiensi dengan Allah, tetapi harus diimbangi dengan ibadah-ibadah wajib lainnya. Untuk bisa ke surga sebagaimana yang dijanjikan pada ‘*ibad al-rahman*’ diakhir rangkaian ayat-ayat tersebut (QS al-Furqan (25): 75-76), maka selain berinfak dengan wajar, tidak boros juga tidak kikir (QS al-Furqan (25): 67), ia harus rendah hati (tidak sombong), bersabar menghadapi orang-orang ‘jahil’ (belum tahu/tak berilmu/bodoh) dan tetap belaku baik meski dihina (QS al-Furqan (25): 63), beribadah (sholat) terutama menjalankan sholat malam berdoa agar dijauhkan dari azab neraka jahanam (QS al-Furqan (25): 64-66), tidak syirik (mensekutukan Allah), tidak membunuh dan tidak berzina (QS al-Furqan (25): 68), bertobat dan mengerjakan kebajikan (QS al-Furqan (25): 71-72), tidak memberi kesaksian palsu, menjaga kehormatan diri dengan tidak bergaul dengan orang-orang yang melakukan perbuatan yang tidak berfaedah (QS al-Furqan (25): 72), tidak membuta-tulikan diri terhadap peringatan dari ayat-ayat Tuhan (QS al-Furqan (25): 73) serta berdoa untuk diri dan keluarga (suami/istri serta anak keturunan)-nya agar menjadi pemimpin yang diteladani orang-orang beriman (QS al-Furqan (25): 74).

⁷ Penelitian yang menjadi rujukan utama tulisan ini adalah tentang pengaruh religiusitas terhadap perilaku ekonomi konsumen muslim yang merupakan penelitian untuk disertasi penulis. (Susy Y.R.Sanie-Herman, Teori Ekonomi Mikro tentang Agama: Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Ekonomi, 2012. Efko Grafika, Ciputat). Motivasi penulisan makalah ini adalah dalam rangka diseminasi hasil penelitian dan mendiskusikan temuan-temuan ilmiah dalam audiens yang berbeda dan lebih luas yaitu forum Ikatan Ahli Ekonomi Islam dan Masyarakat Ekonomi Syariah. Pernyataan ini merupakan negasi terhadap auto plagiatisme.

- Keagamaan atau Ekonomi Teologis (*Religious Economics /Theological Economics*).
2. menyusun Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (KKKI) yang merupakan pemetaan konsumsi moderat yang dianjurkan ajaran Islam yang diperoleh dari aplikasi Teori Ekonomi Mikro dalam perilaku beragama, yang berpijak dari pemikiran ilmu ekonomi agama/kajian Islam.
 3. menganalisis perilaku konsumtif pembelian mukena seharga 5 juta rupiah dengan menggunakan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (KKKI).

Tulisan ini diharapkan bermanfaat dalam:

1. memperluas khasanah ilmu ekonomi Islam tentang keterkaitannya dengan bidang kajian ilmiah tentang ekonomi dan agama,
2. memberi sumbangan bagi pemikiran dalam merumuskan teori-teori ekonomi Islam yang memiliki asumsi-asumsi dasar dan rasionalitas tersendiri yang khas berlandaskan ajaran tauhid dan nilai-nilai moral Islam yang dapat diterima secara ilmiah universal.

1.3. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat eksplanatori yang berusaha menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi konsumen muslim dalam perspektif ekonomi Islam. Tulisan ini adalah hasil studi kepustakaan dengan metoda analisis isi (*content analysis*). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dalam analisis kepustakaan ini dilakukan pengumpulan dan pengkajian konsep-konsep yang berkaitan dengan perilaku ekonomi yang Islami dalam pemenuhan kebutuhan hidup dan distribusi kesejahteraan sosial, khususnya mengenai kaidah-kaidah konsumsi Islami dan rasionalitas konsumen muslim yang sesuai syariat Islam. Selain itu konsep-konsep tersebut dipergunakan dalam penyusunan teori ekonomi mikro tentang permintaan individu terhadap agama versi ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil penggalian pustaka, dilakukan analisis dan aplikasi teori-teori yang relevan untuk menyusun teori ekonomi mikro Islami tentang perilaku keagamaan –secara khusus versi ekonomi Islam– dengan mengaplikasi rasionalitas konsumen muslim dan mengelaborasi pengaruh religiusitas Islam. Dari hasil analisis, disusun Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami yang merupakan pemetaan konsumsi moderat yang ‘wajar’ menurut ajaran Islam. Sebagai contoh kasus, akan dianalisis pembelian mukena seharga 5 juta rupiah dengan mengaplikasikan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami yang telah disusun.

2. Hasil dan Pembahasan

2.1. Ruang Lingkup dan Defenisi Ekonomi Agama (*The Economics of Religion*)

Dalam kajian ilmiah mengenai Ekonomi dan Agama, ada dua bidang kajian ilmu yang membahas tiga fokus kajian, meliputi⁸ 1) Ekonomi Keagamaan/Religius⁹ atau Ekonomi Teologis (*Religious Economics or Theological Economics*), fokus bahasannya tentang: aplikasi prinsip-prinsip teologis keagamaan terhadap perspektif ekonomi atau sebaliknya

⁸ Laurence R.Iannaccone, “Introduction to the Economics of Religion,” *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI (September 1998), 1465-1466.

Lihat juga Timur Kuran, “Religious Economics and the Economics of Religion,” *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE) /Zeitschrift für diegesamte Staatswissenschaft*, Vol. 150, No. 4 (December 1994), 769-775.

⁹ Agama sebagai kata sifat (adjektif).

mengkaji prinsip-prinsip ekonomi berdasarkan perspektif agama; dan 2) Ekonomi Agama¹⁰ (*The Economics of Religion or Religion Economics*), yang membahas 2 fokus kajian meliputi: a) perilaku beragama, baik pada tingkat perorangan/*individual*, kelompok maupun budaya tertentu, dan d) dampak atau konsekuensi social-ekonomi dari perilaku beragama tersebut.

Bidang kajian Ekonomi Religius atau Ekonomi Teologis merupakan upaya para filsuf, teolog, ekonom untuk a) mempromosikan efisiensi alokasi sumber daya berdasarkan perspektif agama dalam kebijakan-kebijakan ekonomi; b) mengkritisi kebijakan-kebijakan ekonomi yang berlaku berdasarkan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip efisiensi dalam perspektif agama. Kajian mengenai kelembagaan ekonomi (koperasi, bank, asuransi, gadai, saham, obligasi, BMT) yang berlandaskan keagamaan dan prinsip-prinsip operasionalnya dimasukkan sebagai bagian bidang ilmu ini. Tokoh-tokoh di bidang kajian Ekonomi Religius dikategorikan berdasarkan agamanya, sehingga ada tokoh Ekonomi Islam¹¹, Ekonomi Kristen, Ekonomi Hindu¹², Ekonomi Yahudi¹³, Ekonomi Budha^{14&15}, dll.

Secara historis, dapat ditelusuri jejak aktifis dan tokoh-tokoh Ekonomi Religius ini sejak abad pertengahan, namun bidang kajian ini merebak pesat dalam beberapa dekade terakhir abad kedua puluh. Termasuk di antara tokoh-tokoh Ekonomi Kristen adalah para teolog dan *clerics* Kristen, pastor Katolik kontemporer, dan pendeta *Evangelical* Protestan yang sepanjang abad pertengahan mendorong pelarangan riba (*bans on usury*), dan mempertanyakan konsep-konsep dasar dari ekonomi keagamaan, mengkritisi logika, klaim-klaim dan asumsi-asumsinya, bahkan mengemukakan kritik radikal terhadap kapitalisme, sosialisme, perbankan, sistem perpajakan, dan distribusi pendapatan yang memberatkan rakyat dan dianggap tidak adil pada masa itu. Dalam sejarah Islam, ada masa para ulama, filsuf, dan hakim (*khadi*) mengkritisi pungutan pajak dan aturan ekonomi yang memberatkan rakyat, serta sistem distribusi tidak adil yang menimbulkan ketimpangan ekonomi dan kesengsaraan rakyat jelata. Para ekonom Islam menganalisis, membuktikan atau menjusti-

¹⁰ Agama sebagai kata benda.

¹¹ Dalam sejarah pemikiran Ekonomi Islam, Siddiqi (1981) membagi 3 masa, yang kemudian oleh Misanam, dkk. (2008) ditambah satu masa lagi untuk mengakomodir masa kini. Yaitu: 1) Periode I/Fondasi: (Masa Awal Islam: sejak zaman Rasulullah sampai 450 H/ 1058 M): Tokoh-tokoh pada masa ini sama seperti para filsuf lainnya, tidak hanya ahli dalam pemikiran ekonomi tetapi juga berbagai bidang ilmu lainnya. Mereka adalah cendekiawan muslim yang pernah hidup pada masa Rasulullah, para sahabat dan tabi'in, sehingga memiliki referensi yang autentik tentang ajaran Islam khususnya mengenai praktik Ekonomi pada masa itu. Karya tulis para tokoh tsb tidak spesifik mengenai ekonomi, namun ada bagian yang membahas konsep-konsep ekonomi, khususnya dalam rangka membahas permasalahan ekonomi, keuangan dan perdagangan yang terjadi pada masa mereka hidup. Tokoh-tokoh periode ini adalah: Hasan al-Basri, Zayd ibn 'Ali, Abu Hani' (699-767M), Abu Yusuf (731-798M), Muhammad ibn Hasan al-Shahbani (750-804M), Yahya ibn Adam, Abu Ubayd, Ahmad ibn Hanbal, al-Kindi, Junayd Baghdadi, al-Farabi, Ibn Miskawayh, Ibn Sina, dan Mawardi. 2) Periode II (450-850H/1058-1446M). 3) Periode III (850-1350H/1446-1933 M) & 4) Periode IV/Kontemporer (1350 H/1932 M–sekarang). Lihat Munrokhim Misanam, Priyonggo Suseno, dan M. Bhakti Hendrianto, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 105-125.

¹² Deepak Lal, "The Economic Impact of Hindu Revivalism," dalam Martin Marty and R. Scott Appleby (eds.), *Fundamentalisms and the State: Remaking Politics, Economies, and Militance*, (University of Chicago Press: Chicago, 1993) 410-426.

¹³ Alexander Raskovich, "You Shall Have No Other Gods Beside Me: a Legal Economics Analysis of the Rise of Yahweh," *Journal Institute & Theory of Economics* 152:3 (1996) 449-471.

¹⁴ Charles F. Keyes. "Buddhist Economics and Buddhist Fundamentalism in Burma and Thailand," dalam Martin Marty and R. Scott Appleby (eds.), *Fundamentalisms and the State: Remaking Politics, Economies, and Militance*, Chicago: University of Chicago Press: 1993) 367-409.

¹⁵ Fred Pryor, "A Buddhist Economic System in Principle," *American Journal of Economics & Sociology*, 49:2 (1990), 339-349.

fikasi¹⁶, serta mengimplementasi sistem perbankan, pajak, distribusi pendapatan, dan sistem keuangan yang konsisten dengan prinsip-prinsip ekonomi yang dirumuskan (*derived*) dari al-Qur'an dan Sunnah.

Timur Kuran¹⁷ mengklaim gerakan keagamaan fundamentalis dan 'agak ,serupa, atau mirip fundamentalis (*fundamentalis-like*)' yang berkembang pada paruh akhir abad duapuluh telah memacu merebak kembalinya Ekonomi Religius. Menurutnya, para aktifis gerakan ini mengkritisi kegagalan kebijakan ekonomi dan salah kelola (*mis-management*) institusi ekonomi, dengan argumen bahwa hal tersebut dapat dimitigasi, jika agama kembali dijadikan sebagai sumber inspirasi dan panduan dalam formulasi ide dan pemikiran serta agenda kebijakan sosial atau pengelolaan kepentingan publik. Di USA misalnya, aktifis Ekonomi Kristen menyalahkan sistem kesejahteraan sosial yang dijalankan pemerintah menyebabkan penyakit-penyakit sosial seperti kemiskinan perkotaan, kriminalitas remaja, dan melemahnya institusi keluarga¹⁸. Senada dengan hal ini, aktifis Ekonomi Islam di berbagai penjuru dunia menuding kesalahan pemerintahan sekuler karena meniru pola kebijakan ekonomi 'barat' yang tidak Islami sebagai penyebab terjadi kemiskinan, praktik korupsi, dan kemunduran teknologi di negara-negara berpenduduk mayoritas muslim.

Ekonomi Agama adalah bidang kajian ekonomi yang berfokus pada aplikasi teori-teori, metode dan instrumen ekonomi untuk menjelaskan atau mempelajari dua topik berikut¹⁹: a) perilaku beragama, baik pada tingkat perorangan (*individual*), kelompok atau budaya tertentu, dan b) dampak, implikasi, atau konsekuensi sosial dari perilaku beragama tersebut. Ekonomi agama mencoba menjelaskan fenomena-fenomena: 'keluar-masuk agama', 'pindah agama', atau 'melaksanakan komitmen keberagamaan'. Misalnya mencari jawaban atas pertanyaan penelitian (*research question*): mengapa ada sebagian orang mau menjalankan perintah-perintah Tuhan dalam ajaran agama yang dianutnya, sedangkan sebagian orang lainnya tidak? atau bahkan tidak mau 'beragama' alias tidak yakin dengan keberadaan Tuhan?. Minat dan perhatian para ekonom terhadap fenomena tersebut tumbuh dikarenakan keterkaitannya dengan topik utama ilmu ekonomi, yaitu implikasinya terhadap alokasi sumber daya ekonomi seseorang, berupa korbanan dalam hal waktu, tenaga dan uang atau harta yang dimilikinya. Dalam upaya menjelaskan fenomena perilaku keberagamaan tersebut, analisa yang dipakai menggunakan teori-teori, konsep dan rumus, serta instrumen-instrumen ilmu ekonomi lainnya. Sehingga **Ekonomi Agama didefenisikan** sebagai cabang ilmu ekonomi yang mengaplikasikan teori-teori dan instrumen empiris dari ekonomi modern (*theoretical and empirical tools of modern economics*) ke dalam kajian agama²⁰ (*religion study*). Aspek utama diskusi para pakar dalam kajian ekonomi agama adalah teori ekonomi agama²¹ yang merupakan aplikasi teori pilihan rasional dalam teori agama.

¹⁶ Sering disebut *kadi /jurist* atau di era moderen Indonesia disebut 'dewan syariah'.

¹⁷ Timur Kuran, "Religious Economics and the Economics of Religion," *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE) /Zeitschrift für diegesamte Staatswissenschaft*, Vol. 150, No. 4 (December 1994), 769-775. <http://www.jstor.org/stable/40751766> . di akses: 17/01/2012 02:55.

¹⁸ Beberapa indikator yang menunjukkan 'melemahnya institusi keluarga antara lain adalah tingkat perceraian yang tinggi, keluarga terpisah, dan tidak 'akrab'-nya anggota keluarga, anak remaja yang melarikan diri dari rumah dan hidup di jalanan, 'keluarga tanpa perkawinan', 'keluarga semu/quasi', dan seterusnya.

¹⁹ Laurence R. Iannaccone. "Introduction to the Economics of Religion". *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI (Sept 1998): 1465-1466.

²⁰ Laurence R. Iannaccone, "Introduction to the Economics of Religion," *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI. (Sept 1998): 1465-1466.

²¹ Lawrence A. Young. *Rational Choice Theory and Religion*. (London: Routledge. 1997).

Steve Bruce, *Choice and Religion: a Critique of Rational Choice Theory* (Oxford: Oxford Univ. Press.1999).

Steve Bruce. "Religion and Rational Choice". *Sociology of Religion* vol. 54 (1993) : 193-205.

Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (KKKI) Mark Chaves. "On the Rational Choice Approach to

Ilmu ekonomi agama memperlakukan agama sebagai ‘barang ekonomi (*economics goods*)’, sehingga keputusan-keputusan manusia untuk beragama atau tidak, melaksanakan perintah agama atau tidak, dapat dianalisis sebagaimana layaknya keputusan ekonomi. Alasannya, antara lain karena orang bersedia mengeluarkan uang untuk membiayai agama, misalnya untuk: membayar kewajiban-kewajiban agama, membeli perlengkapan keagamaan (*religious artifacts*), menyelenggarakan pendidikan agama bagi anak-anak mereka atau diri mereka sendiri; dan membiayai upacara-upacara keagamaan. Agama juga membutuhkan pengorbanan waktu (*time costing*) untuk melakukan ibadah, mempelajari agama, menghadiri acara-acara keagamaan (misalnya: pengajian, sembahyangan, perkumpulan doa, dan lain-lain). Orang melakukan hal ini dengan keyakinan adanya imbalan kebaikan di dunia dan pahala yang besar di akhirat kelak. Dari sudut pandang ilmu ekonomi, hal ini sesuai dengan teori pilihan rasional dalam perilaku konsumen.

Kajian Ekonomi Agama sudah dirintis sejak lama, namun adaptasi teori-teori dan instrumen ilmu ekonomi dalam kajian ini mulai berkembang pesat pada tahun 1970-an. Hal ini diinspirasi oleh karya Gary S. Becker²², pemenang Nobel Ekonomi yang memelopori penggunaan teori ekonomi mikro dalam menjelaskan: a) keputusan-keputusan hidup –yang dianggap juga sebagai ‘keputusan ekonomi’– misalnya menikah, bercerai, memiliki anak, berpoligami, dan beragama; b) perilaku manusia yang ‘menyimpang’ dari kaidah teoretis manusia ekonomi (*the economic-man* atau *homo economicus*), misalnya sikap altruistik orangtua terhadap anaknya.

2.2. Teori Ekonomi Mikro Islami tentang Perilaku Konsumen

Perilaku seseorang dalam mengalokasikan pendapatan dan waktu (*income and time allocation*) masuk dalam diskusi teori perilaku konsumen (*theory of consumer behavior*) dalam ilmu ekonomi, khususnya ekonomi mikro. Sebenarnya, sudah sejak lama terdapat analisis yang memperlakukan keputusan hidup sebagaimana keputusan pemilikan barang atau jasa ekonomi. Dari teori ini dapat diturunkan model fungsi permintaan terhadap apa pun yang dianggap sebagai barang atau jasa ekonomis.

Adaptasi teori mikro ekonomi untuk menjelaskan partisipasi keagamaan dan pembentukan nilai-nilai dipelopori oleh kajian Azzi & Ehrenberg (1975)²³. Dalam penelitian tentang “alokasi dana dan waktu individu rumahtangga untuk kontribusi (donasi) dan kehadiran di gereja” mereka membuktikan hipotesa bahwa “seseorang mengorbankan atau menginvestasikan dana dan waktunya untuk kegiatan keagamaan maupun kegiatan lain selama hidupnya dengan tujuan memaksimalkan kepuasan dalam konsumsi semua barang dan jasa, termasuk keselamatan (*salvation*) sesudah mati”. Dalam komunitas Islam dapat disebutkan di sini penelitian yang dilakukan oleh Hamdani (2000)²⁴ di Pakistan tentang “pengaruh orientasi religius terhadap alokasi waktu untuk kegiatan ekonomis (*market time*)

Religion”. *Journal for the Scientific Study of Religion (JSSR)* vol 34 (1995) : 98-104.

Laurence R. Iannaccone, “Voodoo economics: Reviewing the Rational Choice Approach to Religion,” *Journal for Scientific Study of Religion (JSSR)* vol. 34 (1995) 76-89. Lihat juga Laurence R. Iannaccone, “Second Thoughts: A Response to Chaves, Demerath, and Ellison,” *Journal for Scientific Study of Religion (JSSR)*, vol. 34 (1995), 113-120.

²² Gary S. Becker “A Theory of Marriage: Part I” *Journal of Political Economy*, 81(4), (1973) 813-846. Lihat juga Gary S. Becker, *The Economic Approach to Human Behavior* (Chicago: University of Chicago Press, 1976).

²³ Corry Azzi & Ronald Ehrenberg, “Household Allocation of Time and Church Attendance,” *Journal of Political Economics*, 83:1 (1975), 27-56.

²⁴ Syed Nizar Hussaini Hamdani. *Religious Orientation as a Factor in Time Allocation: Evidence from Cross-Section Pakistani Data*. PhD Dissertation. (Islamabad, Pakistan: Quaid-i-Azzam University, 2000)

dengan kegiatan keberagamaan”. Penelitian yang mengadaptasi teori-teori dan instrumen ilmu ekonomi untuk menjelaskan fenomena keberagamaan pada komunitas muslim Indonesia dilakukan oleh Sanie-Herman (2012)²⁵ tentang “pengaruh religiusitas terhadap perilaku ekonomi Islam”.

Untuk membangun teori-teori ekonomi Islam perlu disusun terlebih dahulu asumsi dasar khas Islami berlandaskan tauhid yang merupakan esensi (inti/kredo) dari ajaran Islam. Dalam banyak buku-buku Ekonomi Islam, sebenarnya hal ini telah diungkapkan dalam berbagai judul, antara lain: prinsip-prinsip ekonomi Islam. Namun tidak banyak buku yang mengulas implikasi prinsip-prinsip tersebut menjadi asumsi-asumsi dasar yang melandasi sebuah teori sebagaimana yang lazim dalam ilmu ekonomi umum²⁶. Tulisan berikut memberi contoh tentang hal ini dalam menyusun teori pembatasan (*constrains* (Eng.), *hudud* (Arab)) konsumsi muslim yang merupakan aplikasi instrumen ilmu ekonomi dalam ajaran Islam tentang aturan konsumsi moderat yang tidak berlebih-lebihan (*isra>f*) dan juga tidak kikir.

2.2.1. Konsep dan Asumsi Dasar

a. Konsumen Agama: manusia beriman (*homo religious* atau *the believer*)

Asumsi pertama adalah tentang manusia sebagai pengambilan keputusan ekonomi. Setiap sistem ekonomi memiliki filosofi tentang hakekat manusia yang mendasari tujuan yang ingin dicapai dalam sistem tersebut. Sistem ekonomi konvensional (kapitalis dan sosialis), yang mengimplementasikan filosofi materialistik melahirkan konsep ‘manusia ekonomi’ (*homo economicus* atau *the economic man*). Konsep manusia ekonomi (*homo economicus*) hanya menggambarkan manusia dari sisi materi (lahiriah) saja, merupakan konsep yang tidak utuh dan jauh dari keseimbangan. Perwatakan manusia ekonomi (*homo economicus*) hanya mementingkan diri sendiri (*selfish*) dan egois, serta cenderung serakah mengejar kepuasan materialistik semata sebagai satu-satunya tujuan dari aktifitas ekonomi dalam kehidupan. Manusia ekonomi berperilaku di bawah serangkaian asumsi model ekonomi konvensional neoklasik yang tidak realistis, yaitu selalu memaksimalkan kepuasan (*utilitas*) berdasarkan pertimbangan ekonomis materialistik atau uang semata (*economic or pecuniary concern*) yang biasanya tidak menghiraukan kesejahteraan orang lain. Padahal dalam kenyataan sehari-hari, manusia sesungguhnya tidaklah begitu. Dengan demikian konsep manusia ekonomi tidak mencerminkan gambaran manusia sesungguhnya dan sebenarnya (*the real-man*) sesuai fitrah manusia yang terdiri dari tubuh lahiriah (raga, fisik, atau *body*) dan jiwa/batin (psikologis, immaterial atau *soul*) dan berkarakter sebagai makhluk sosial.

²⁵ Susy Yunia R. Sanie-Herman. *Teori Ekonomi Mikro tentang Agama: Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Ekonomi Islam*. (Ciputat, Efko Grafika, 2012).

²⁶ Beberapa buku Ekonomi Islam yang dapat menjadi rujukan ilmu ekonomi agama diantaranya: 1) Frank E. Vogel & Samuel L. Hayes III. *Islamic Law & Finance: Religion, Risk and Return*. (Massachusetts: Kluwer Law Intl. 1998). 2) M.M. Metwally, *General Equilibrium Model and Macroeconomics Policies in Islamic Economics* (Teori dan Model Ekonomi Islam, terj. M. Husein Sawit) (Jakarta: Bangkit Daya Insana, 1995). 3) Masudul Alam Choudhury, *Contribution to Islamic Economic Theory* (New York: St. Martin Press, 1968). 4) M Fahim Khan, *Essays in Islamic Economics* (Leicester: The Islamic Foundation. 1999). Lihat juga M Fahim Khan, “Macro Consumption Function in an Islamic Framework,” *Journal of Research in Islamic Economics*, vol.1, no.2 (1984). 5) Ali Sakti, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Aqsa Publishing, 2007). 6) Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004). 7) Murasa Sarkaniputra, *Adil dan Ihsan dalam Perspektif Ekonomi Islam: implementasi mantik rasa dalam model konfigurasi al-Ghazali-as-Syatibi-Leontief-Sraffa*. (Jakarta: Al-Iqtishadiyah, 2004). 8) Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, ed.3 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007). 9) M. Misanam, dkk, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2008). 10) Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*; (Jakarta: Kencana PMG, 2006).

Perhatian terhadap manusia sesungguhnya dalam kenyataan empiris (*the real man*) yang meningkat sejalan dengan kritik terhadap konsep manusia ekonomi, telah memacu (*induced*) perkembangan ilmu ekonomi. Hal ini mendorong para pakar ekonomi²⁷ menurunkan model ekonomi yang lebih realistik dalam menggambarkan rasionalitas manusia, dengan menggunakan pendekatan multidisiplin yang diadopsi dari berbagai cabang ilmu pengetahuan tentang manusia dan kemanusiaan (*human science*), seperti psikologi, sosiologi, antropologi dan sejarah budaya. Hal ini sejalan dengan himbuan banyak tokoh-tokoh ekonomi dunia, diantaranya Amitai Etzioni untuk menggunakan pendekatan baru dalam ilmu ekonomi²⁸, yaitu pendekatan yang tidak tuna nilai dengan memasukkan dimensi moral. Sehingga dalam analisis ekonomi mutakhir saat ini dikenal variabel-variabel yang berkaitan dengan kemanusiaan (*humanity*) sebagai bagian dari pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi (*economic decision making*) dan memaksimalkan kepuasan individu; baik sebagai tujuan, dorongan (*motive*) maupun hambatan/kendala (*constraints/subject to*) dalam model ekonomi²⁹. Dari sumbangan analisis multidisiplin tersebut, dapat disusun konsep manusia yang lebih realistik secara empiris dalam pelbagai kajian ekonomi. Khusus untuk kajian ekonomi agama, maka penulis mengajukan konsep manusia beriman (*homo religius* atau *the believer*) sebagai sebuah konsep universal yang dapat digunakan semua agama.³⁰ Konsep manusia beriman (*homo religius*) menggambarkan karakteristik manusia sesungguhnya (*the real man*) untuk kepentingan analisis yang berkaitan dengan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi (*economic decision making*) untuk melaksanakan agama, atau dalam bahasa

²⁷Di luar kajian ekonomi agama (*the economic of religion*, termasuk Ekonomi Kristen/Yahudi dan Ekonomi Islam), tokoh-tokoh ekonomi konvensional yang aktif dalam upaya ini terlalu banyak untuk bisa disebutkan semua di sini. Ekonom yang bergerak dalam ekonomi moral/etika (*moral/ethical economics*), ekonomi pembangunan berkelanjutan (*sustainability economic development*) atau ekonomi lingkungan hidup (*green/environmental economics*), ekonomi pembangunan & keuangan internasional (*international finance*) yang mempromosikan INET (*Initiative for New Economic Thinking*), serta ekonomi strukturalis, pada umumnya menjadi bagian dari upaya ini. Beberapa diantaranya: Gary S. Becker, Michael P. Todaro, Kurt Samuelson, Amartya K Sen, Amitai Etzioni, Lester C. Thurow, Gunar Myrdal, Muhammad Hatta, Sri-Edi Swasono, Mubiyarto, Sritua Arief, Dawam Rahardjo dan lain-lain. Lihat, Syed Nizar Hussaini Hamdani, "Religious Orientation as a Factor in Time Allocation: Evidence from Cross-Section Pakistani Data," PhD Dissertation (Islamabad, Pakistan: Quaid-i-Azzam University, 2000) 21-25. Lihat juga, Sri-Edi Swasono, *Ekspose Ekonomika: mewaspadaai globalisasi dan Pasar-bebas* (Yogyakarta: Pusat Studi Ekonomi Pancasila-UGM), 9, 32, 78-79, 112-114, 116-117, 143-147. Juga Sri-Edi Swasono, *Indonesia dan Doktrin Kesejahteraan Sosial* (Jakarta: Penerbit Perkumpulan Perkasa, 2010) 30-47.

²⁸Etzioni, Amitai, *The Moral Dimension: Toward a new economics*, (New York: Free Press, 1988)

²⁹Variabel-variabel tersebut diantaranya: altruistik (*ih}sa>n*), iri hati/ cemburu (*envy*), cinta dan kasih sayang (*love /mawwadah wa roh}mah*), iba dan belas-kasih (*compassion*), kedudukan sosial (*prestige*), tahapan kehidupan (*life cycle*), rasa keadilan (*sense of fairness*), sumberdaya manusia (*personal* atau *human capital*), modal sosial (*social capital*), kesehatan dan kepuasan (pemenuhan kebutuhan) batin atau jiwa (*psychological wealth and health*), persaudaraan (*ukhuwah, brotherhood*) dan kerjasama (*cooperative*), pluralisme, nasionalisme, humanisme, kerakyatan, keberlanjutan (*sustainability*), religiusitas atau keberagamaan (*spiritual capital*) dan lain-lain. Juga berkembang konsep ekonomi tentang eksternalitas, yaitu: efek dampak yang dirasakan suatu pihak akibat proses konsumsi atau produksi yang dilakukan oleh pihak lain; baik berupa dampak buruk (eksternalitas negatif) maupun baik (eksternalitas positif).

³⁰Sebagai bandingan, dalam kajian Ekonomi Islam, ada konsep manusia Islami (*homo Islamicus*) yang merupakan juga *homo religious* tetapi berperilaku berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dalam kasus-kasus umum kedua konsep ini sama dan sebangun, karena keduanya mencerminkan karakter manusia yang sesungguhnya. Sehingga *homo Islamicus* tidaklah selalu muslim (orang yang telah mengucapkan dua kalimat syahadat) tetapi bisa juga non-muslim yang perilakunya Islami (kata sifat, artinya: = sesuai atau cocok dengan aturan Islam). Penulis membedakan keduanya sebagai implikasi kekhususan Ekonomi Islam. Sehingga analisis terhadap *homo religius* berlaku bagi *homo Islamicus*; namun tidak berlaku sebaliknya, ada sebagian karakteristik *homo Islamicus* tidak/belum tentu berlaku bagi *homo religius* dari agama-agama lain. Lihat juga Hamid Hosseini, "From Homo Economicus to Homo Islamicus: The Universality of Economic Science Reconsidered" dalam Cyrus Bina and Hamid Zangareh, eds. *Modern Capitalism and Islamic Ideology in Iran* (New York: St. Martin's Press, 1992).

ekonomi: ‘manusia sebagai konsumen agama’ yang dirumuskan sebagai berikut:

“Manusia beriman (*homo religius/the believer*) adalah:

- a) manusia sesungguhnya (*the real man*) dan seutuhnya terdiri dari jiwa dan raga, yang menyadari dan berusaha memenuhi semua kebutuhan-kebutuhannya, termasuk kebutuhan spiritualitasnya, yaitu kebutuhan terhadap agama;
- b) ia percaya (beriman/*believe*) pada Tuhan (sang Supernatural) dan adanya kehidupan setelah mati; dan
- c) ia yakin bahwa kesejahteraan setelah mati kelak akan bergantung pada perilaku (amal perbuatannya) dalam kehidupan di dunia saat ini”.

Konsep manusia beriman ini mempengaruhi konsep ekonomi tentang kebutuhan dan tujuan pengambilan keputusan dalam berekonomi yang melandasi rasionalitas perilakunya. Dapat diasumsikan bahwa karakter manusia beriman (*homo religius, the believer*) pada dasarnya mempunyai dua sisi dalam berbagai hal secara berpasangan (baik-buruk, yin-yang, dst) sebagai berikut:

- 1) manusia beriman memiliki kebutuhan materi (lahiriah) dan non materi (batiniah);
- 2) orientasi keputusan ekonomi manusia beriman bertujuan untuk memaksimalkan kepuasan fisik dan psikologis dalam pemenuhan kebutuhan duniawi, tetapi juga mengejar keselamatan dan kesejahteraan hidup pada kehidupan sesudah mati di akhirat (*after life*);
- 3) manusia beriman mengutamakan kepentingan diri sendiri (*selfish*) tetapi juga peduli pada kepentingan orang lain (*altruist*) yang merupakan implikasi dari fitrah manusia sebagai makhluk sosial, yang juga berarti manusia memiliki kebutuhan dan kepuasan sosial.

Keseimbangan antara 2 sisi orientasi, kebutuhan dan kepentingan tersebut pada manusia beriman tergantung pada tingkat religiusitasnya. Sebenarnya, adalah sesuatu yang fitrah bagi semua manusia (*the real man*) sebagai makhluk ciptaan Allah yang paling sempurna³¹ terdiri dari wujud lahiriah (badan, fisik) dan batiniah (jiwa, ruhani) yang memiliki 3-n yaitu: nafsu, nalar (akal) dan nurani (kalbu, *qalb*)³², dan mempunyai kecenderungan terhadap kedua hal sekaligus yaitu kebaikan dan keburukan, termasuk keserakahan dan egois (*greedy and selfish*) sekaligus juga murah hati, dermawan dan altruist.

b. Kebutuhan dan Kepuasan Manusia Beriman: “masalah”

Kebutuhan dan kepuasan dalam bahasa ekonomi adalah konsep yang terkait erat ibarat 2 sisi mata uang, yaitu berbeda tampilan tetapi nilainya sama (*tak serupa tapi sama*). Sebab kepuasan merupakan hasil *output* dari proses pemenuhan kebutuhan. Sehingga jumlah, jenis dan macam kebutuhan memberikan /menimbulkan kepuasan dalam jumlah, jenis dan macam yang serupa. Manusia beriman (*homo religius/the believer*) sesuai dengan fitrahnya (*the nature of human being*) terdiri dari jiwa dan raga, sehingga memiliki 2 sisi yaitu: lahiriah dan batiniah. Secara logis hal ini berimplikasi bahwa manusia juga memiliki kebutuhan batiniah (non-material) selain kebutuhan lahiriah (material, fisik). Implikasi lebih lanjut, apabila kebutuhan-kebutuhan tersebut dipenuhi maka akan diperoleh kepuasan fisik dan kepuasan batin.

Dalam konsep rasionalitas ekonomi, manusia adalah makhluk yang ‘pamrih’. Ia bertindak melakukan sesuatu jika ia memperoleh hal-hal yang berguna (= bermanfaat/ memiliki

³¹ QS al-Shams (91):7-8: *dan jiwa serta penyempurnaannya (ciptaan nya), maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya,*

³² Hal ini sejalan dengan pernyataan Imam al Ghazali tentang 3 daya yang ada dalam jiwa manusia, yaitu: daya nalar, daya yang melahirkan dorongan untuk berbuat baik, dan daya yang melahirkan dorongan berbuat jahat. Abu Hamid Muhammad ibn Muhammad al-Tusi al-Ghazali, *‘Ulu’um al-Din*, jilid 3 (Cairo: Mustafa al-Babi al-Halabi, 1929).

nilai utilitas) baginya³³. Sejalan dengan ini, bagi orang beriman (homo religius) setiap amal perbuatan haruslah bermanfaat sekaligus juga membawa berkah (*blessing*) berupa harapan berdasarkan keyakinan akan adanya imbalan (*reward*) dari Tuhan yang bisa dinikmatinya sejak masih di dunia sampai di akhirat kelak³⁴. Prinsip ini berlaku juga untuk setiap aktifitas ekonomi. Manusia mengkonsumsi produk barang dan jasa yang memberikan manfaat baginya dalam memenuhi kebutuhan lahir dan batin. Suatu produk ekonomi dapat memberikan berbagai manfaat sekaligus, seperti: 1) manfaat bagi fisik (tubuh, lahiriah) (= *utility* dalam ekonomi neo klasik), 2) manfaat non-fisik yang terdiri dari: a) manfaat psikologis, b) manfaat sosial, dan c) manfaat ‘harapan’ (ekspektasi) baik untuk kepentingan masa depan semasa hidup di dunia (manfaat spiritual) maupun setelah mati di akhirat (manfaat religius). Manfaat fisik, psikologis maupun sosial merupakan manfaat langsung seketika (instan atau *immediately*) yang diperoleh atau dirasakan oleh seseorang segera saat mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan manfaat ‘harapan’ merupakan manfaat yang tidak langsung diperoleh pada saat mengkonsumsi, tetapi di ‘yakini’ diperoleh dalam jangka panjang di masa yang akan datang³⁵, bahkan sampai kurun waktu tak berhingga dalam kehidupan abadi di akhirat. Total manfaat ini disebut ‘masalah’. Al-Ghazali³⁶ yang kemudian diperkuat al-S{a}tibi³⁷ sebagaimana dikutip Chapra³⁸ mendefinisikan *mas}lah}ah* adalah kesejahteraan umum (publik) yang menyeluruh (*total benefits*) yang diindikasikan oleh terjaminnya kelima

³³ Lebih tegasnya teori rasionalitas ekonomi konvensional menyatakan bahwa manfaat yang diperoleh tersebut harus lebih besar dari ‘korbanan’ ekonomis (biaya/ uang, waktu, tenaga) yang dikeluarkan.

³⁴ Ada sebagian kalangan muslim yang mempertentangkan konsep ‘pamrih’ dalam hal ini dengan konsep ‘ikhlas’. Bagi penulis, premis bahwa ‘manusia adalah makhluk yang pamrih’ merupakan suatu kebenaran tautologis mengikuti sunatullah. Agama pun menganjurkan agar tidak melakukan ‘perbuatan sia-sia’ yang tidak ada manfaatnya. Perbedaan dengan faham ekonomi konvensional, adalah dalam perspektif ekonomi Islam, pengorbanan sumberdaya ekonomi bisa memberikan manfaat atau imbalan yang: a) tak selalu dapat dihitung (*intangibile*), dan b) dapat saja diterima dalam kehidupan duniawi, tapi bisa saja juga baru akan diterima dalam kehidupan akhirat kelak. Menurut hemat penulis, suatu perbuatan dikatakan ikhlas jika ‘pamrih’ yang diharapkan semata-mata dari Allah. Contohnya: tidak mengharap balasan, ucapan terimakasih atau pujian manusia, apalagi dari orang yang diberi. Tetap merupakan keikhlasan jika seseorang memberi dengan ‘pamrih’ agar Allah memberinya lebih banyak lagi; sebab hal itu memang dijanjikanNya, dan seorang hamba boleh ‘menagih janji’ pada Tuhannya. Dengan cara meminta padaNya, berdoa dengan doa yang diajarkan sendiri oleh Allah dan RasulNya: “...*sesungguhnya Engkau adalah dzat yang tak pernah mengingkari janji..*”. Merupakan suatu ‘keikhlasan’ juga jika seseorang memberi karena takut pada Allah; yang berarti ia ber‘pamrih’ agar Allah memberinya keselamatan dan perlindungan dari murka dan azabNya. Bahkan penulis berpendapat seorang sufi seperti Rabiyah Adawiyah pun seorang yang ber‘pamrih’ dalam mengorbankan waktu, tenaga dan hartanya untuk menjalankan ibadah. Walaupun dikatakannya bahwa ia menyembah Allah bukan karena takut dosa dan masuk neraka, atau menginginkan pahala dan masuk surga; melainkan karena cintanya pada Allah semata. Sehingga seandainya surga dan neraka Allah itu tak ada, ia akan tetap beribadah padaNya. Bagaimanapun juga sang sufi ingin dicintai Allah, –hemat penulis–, hal tersebut merupakan ‘pamrih yang paling besar’ yang diminta oleh seorang hamba pada Tuhannya.

³⁵ Dalam ekonomi konvensional kontemporer sudah ada analisis tentang keuntungan atau manfaat di masa depan (*future benefits*) yang biasanya menganalisis perbandingan keuntungan/manfaat antara menunda pembelian/*spending* (dalam bentuk tabungan atau investasi) dibandingkan membelanjakannya sekarang (disebut *inter-temporal consumption analysis*). Sedangkan dalam ekonomi Islam, –yang dibahas dalam tulisan ini–, adalah pembelian atau *spending* saat ini untuk agama, namun manfaat atau *benefit* –nya baru akan diperoleh di masa depan dalam kurun waktu antara hitungan jam, minggu, bulan, tahun yang akan datang di dunia; hingga kurun waktu tak berhingga di akhirat –hanya Allah yang tahu kapan, tapi pasti akan diperoleh manfaat tersebut–

³⁶ Abu} H}ami}d Muh}ammad ibn Muh}ammad al-Tu}si al-Ghaza}li, *al-Musta}fa} min }Ilmi al Us}u}l* (Cairo: Sayyid al Husein, 1937) 250, dalam Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Logos wacana Ilmu, 1977).21

³⁷ As}-S}atibi. *Al Muwa}faq} fi Us}u}l al Ahka}m* (Beirut: Da}r al Fikr, 1909) 4-5. Dalam Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1977) 22.

³⁸ Umar Chapra, *Al Qur’an Menuju Sistem Moneter yang Adil*, terj. (Yogyakarta: Dhana Bhakti Prima Yasa, 1997) 1.

hal³⁹ sekaligus yaitu: agama, jiwa (*nafs*), akal, keturunan dan harta⁴⁰. Hal ini menjadi dasar dan tujuan dari syariat atau hukum-hukum Islam (*maqasjid al-shari'ah*)⁴¹. Dalam Ekonomi Islam kebutuhan hidup manusia yang mencakup kelima hal tersebut dikelompokkan dalam tiga tingkatan, yaitu: *d}aru>riyya>t* (kebutuhan minimum), *ha>jiyya>t* (kecukupan) dan *tah}si>niya>t* (kesenangan)⁴². Aplikasi instrumen ilmu ekonomi terhadap konsep 'masalah' dapat menggantikan atau lebih tepatnya memperluas konsep 'utility', dengan notasi matematis sebagai berikut:

$$M = U + M_p + M_s + S + R$$

Dimana: M = Masalah (Manfaat Total)
 U = Utilitas (Manfaat Fisik)
 M_p = Manfaat Psikologis (batin)
 M_s = Manfaat Sosial
 S = Manfaat Spiritual (ekspektasi atau manfaat harapan yang diyakini akan diperoleh pada masa depan selama di dunia)
 R = Manfaat Religius (ekspektasi atau manfaat harapan yang diyakini akan diperoleh setelah mati)

Masalah atau manfaat atas konsumsi barang dan jasa ini-lah yang memberikan 'kepuasan' dalam konsep ekonomi. Dengan demikian, seorang beriman (*homo religius/the believer* –termasuk *homo Islamicus*) memiliki tingkat kepuasan konsumsi yang lebih tinggi dari *homo economicus* yang tidak beriman. Semakin tinggi tingkat keimanan (= semakin religius) maka secara relatif makin tinggi pula tingkat kepuasan.

Selanjutnya dapat dibuat kurva indeferen 'masalah' sebagai substitusi kurva indifferen

³⁹ Kelima hal ini disebut '*al-kuliyat al-khamsah*' (kelima hal umum/global). Lihat Yusuf Qaradawi, *Dirasah fi Fiqh} Maqa>sid al-shari'ah*. Beirut: Dar al-Syuruq, 2006. (*Fiqh Maqashid Syariah*) terj. Arif Munandar Riswanto. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007) 17.

⁴⁰ Hal ini berbeda dengan pandangan ekonomi konvensional yang memiliki hierarki prioritas kebutuhan dasar minimum. Misal teori Maslow tentang 5 kebutuhan dasar manusia yang berurutan dari level terendah sampai tertinggi; yaitu: 1) kebutuhan fisik (makan, minum, seksual, dan tidur), 2) rasa aman (*safety*), stabilitas, ketentraman/kenyamanan, jaminan perlindungan, 3) kebutuhan sosial (cinta-kasih, afeksi/ penerimaan, rasa memiliki atau menjadi bagian dari suatu komunitas/kelompok), 4) penghargaan, pengakuan (*esteem*): harga diri, kepercayaan diri, prestise, status/kedudukan sosial, 5) Aktualisasi diri (kemajuan, pertumbuhan, kreatifitas). Urutan hierarki prioritas pemenuhan kebutuhan ini berimplikasi bahwa kebutuhan yang lebih rendah harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum seseorang akan memikirkan, memiliki dan berusaha memenuhi kebutuhan yang levelnya lebih tinggi. Jadi, orang yang telah memiliki kecukupan makan-minum, memiliki tempat tinggal dan terpenuhi kebutuhan seksualnya barulah akan memikirkan hal-hal lain seperti pendidikan, rekreasi, atau tabungan hari tua. Lebih parah lagi, konsep hierarki kebutuhan ini, menempatkan 'harga diri' dan status sosial hanya bisa dimiliki oleh orang-orang 'kaya' yang sudah terpenuhi 3 level kebutuhan dibawahnya. Hal ini tidak sesuai dengan konsep fitrah manusia dalam pandangan Islam; sebab manusia yang hanya mencukupi kebutuhan dasar level pertama Maslow berupa makan, minum, tidur/istirahat dan seksual saja ibarat sama dengan hewan; dan belumlah memenuhi fitrah kemanusiaannya sebagai makhluk berakal dan memiliki 'qalbu' yang bersumber dari 'ruh Illahiyah'. Lebih jauh analisis terhadap Teori Maslow dan teori-teori kebutuhan lainnya dapat dilihat dalam David J. Cherrington "Need Theories of Motivation" dalam *Motivation and Work Behavior*, 5th Ed. ed. Richard M. Steers & Lyman W. Porter (Singapore: McGraw Hill International, 1991) 33-39.

⁴¹ Umar Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi: sebuah tinjauan Islam*, terj. Ikhwan A. Basri (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) 101.

⁴² Lihat al-Sa>tibi, *al-Muwa>faqa>t fi> Us}u>l al-Ah}ka>m* (Beirut: Da>r al Fikr, 1909). Lihat juga M. Abdul Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (Lahore: SH M. Ashraf. 1970). terj. M. Nastangin, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 388. Dan juga Gha>zi> 'Ina>yah, *D}awa>bit} Tanz}i>m al-Iqtis}a>d fi> al-Su>q al-Islami>* (Beirut: Dar Al-Nafa>is, 1992), 138. Lihat juga Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Logos wacana Ilmu, 1977) 20-22, 123-134.

atau utilitas konvensional untuk mencari titik keseimbangan konsumen *homo religius*. Kurva indiferen ‘masalah’ didefinisikan sebagai titik-titik kombinasi konsumsi barang dan jasa yang memberikan total manfaat (masalah) yang sama. Lebih lanjut, kurva indiferen masalah individu diperluas dengan memasukkan fungsi masalah orang lain yang dicintai, dinafkahi dan dipedulikan, sebagai refleksi dari sifat altruisme seorang *homo religius*. Sehingga penulis merumuskan fungsi masalah dari seseorang yang beriman (*homo religius/the believer*) –termasuk *homo Islamicus*– sebagai berikut:

Tingkat masalah (kepuasan) orang beriman dipengaruhi oleh: a) total pengeluaran belanja untuk kepentingan agama, baik yang memberikan manfaat duniawi maupun akhirat, b) total pengeluaran belanja konsumsi barang dan jasa halal untuk memenuhi kebutuhan hidup duniawi secara lahiriah dan batiniah, dan c) masalah dari orang-orang yang dicintai, disayangi, dipedulikan dan dinafkahinya, yang juga merupakan fungsi dari sejumlah kombinasi konsumsi barang duniawi dan agama.

Secara matematis, hal ini dapat dinotasikan sebagai berikut:

$$I_R = f (Dx_i, Ay_j, I_n)$$

Dimana:

I_R = masalah orang beriman (religius)

Dx_i = pengeluaran belanja untuk keagamaan, baik yang memberikan manfaat duniawi maupun akhirat ($i=1,2,\dots,l$)

Ay_j = pengeluaran belanja konsumsi barang-jasa untuk kebutuhan duniawi secara lahiriah maupun batiniah ($j=1,2,3, \dots,k$; dan $k=n-h$; n = total produk barang-jasa, h = produk haram).

I_n = fungsi masalah dari orang-orang yang dicintai, disayangi dan dipedulikan, serta dinafkahi ($n=1,2,3,\dots$ dst); yang juga merupakan fungsi dari sejumlah kombinasi konsumsi barang duniawi (Dy) dan agama (Ax). Sehingga dapat dituliskan sbb: $I_n = f (Dx_{in}, Ay_{jn})$.

Ukuran masalah –sebagaimana juga *utility*– sangat subjektif tergantung pada selera, preferensi (kesukaan) dan religiusitas masing-masing individu terhadap tiap-tiap jenis barang atau jasa yang dikonsumsi. Masalah (total manfaat/utilitas) –sebagaimana juga *utility*– akan dirasakan lebih tinggi jika mengkonsumsi lebih banyak, sebab lebih banyak lebih disukai, yang berarti jika lebih banyak keinginan yang terpenuhi maka akan lebih memuaskan. Menurut teori ekonomi neo-klasik, utilitas dari konsumsi berlaku hukum marginal utilitas yang berkurang (*the law of diminishing marginal utility*). Artinya pertambahan setiap satu unit produk yang dikonsumsi akan memberikan tambahan kepuasan, manfaat, dan nilai utilitas yang lebih kecil dari utilitas satu unit konsumsi sebelumnya. Hal ini berlaku untuk manfaat duniawi baik utilitas fisik maupun manfaat non-fisik (misalnya: karena sudah kenyang, jenuh atau bosan). Tetapi hal ini tidak berlaku bagi manfaat spiritual-religius yang diharapkan (*expected spiritual/religious benefit*) dunia-akhirat. Pada prinsipnya secara logis ekspektasi manfaat religius selalu meningkat sejalan dengan pertambahan amal perbuatan, termasuk konsumsi barang dan jasa untuk kepentingan agama dan akhirat.

2.3. Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami

Perbedaan mendasar dalam analisis perilaku konsumen antara ekonomi konvensional dengan ekonomi Islam, disebabkan adanya implikasi tauhid yang mengharuskan seorang konsumen muslim mematuhi syariat Islam dalam konsumsi barang dan jasa secara umum, serta makan dan minum secara spesifik. Hal ini sejalan dengan hadis Rasulullah berikut:

Sesungguhnya Allah telah mewajibkan beberapa kewajiban, maka janganlah kamu

menyia-nyiakannya. Allah memberikan batasan-batasan, maka janganlah kamu melampaui batas. Allah mengharamkan sesuatu, maka janganlah kamu melanggar-nya. Allah mendinginkan sesuatu sebagai rahmat bagi kamu, bukan karena Allah lupa, maka janganlah kamu bahas tentangnya. (HR al-Daruqut}ni)⁴³.

Perilaku konsumen muslim harus mengikuti kaidah-kaidah konsumsi yang telah di-syariatkan dalam ajaran Islam. Hal ini berimplikasi pada batasan-batasan (*constrains/hudud*) dalam analisis teori permintaan terhadap agama versi Islam. Sehingga dalam analisis ekonomi Islam perilaku konsumen tidak hanya dibatasi (*subject to*) oleh garis anggaran yang merefleksikan tingkat pendapatan dan tingkat harga barang-barang yang di konsumsi semata, tetapi juga oleh garis-garis pembatas lainnya yang diturunkan dari kaidah-kaidah konsumsi Islami sehingga dapat disusun teori *hudud* yaitu teori pembatasan konsumsi. **Kaidah-kaidah konsumsi Islami** tersebut adalah: 1) Barang dan jasa yang dikonsumsi haruslah produk yang halal dan baik (*toyyib*); 2) Bukan barang dan jasa haram secara *ghair al-dhat*; 3) Tidak boleh *isra>f, mubadhir* dan *kikir*⁴⁴. Hal inilah yang sering disebut oleh banyak pakar sebagai ‘konsumsi moderat atau pertengahan, tidak terlalu banyak (*boros*⁴⁵ dan *mubazir*) juga tidak terlalu sedikit (*kikir*)’. Wujud pembatasan ini dalam teori ekonomi Islam khususnya teori ekonomi mikro tentang perilaku konsumen dapat dipetakan dalam Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (**KKKI**).

Dalam perspektif ekonomi agama, pada dasarnya konsumen agama (*homo religius*) mengalokasikan seluruh sumber daya ekonominya (waktu, tenaga, dan uang/pendapatannya) dalam dua keranjang belanja⁴⁶, dalam penelitian ini, kedua keranjang tersebut diisi dengan: 1) belanja untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya di dunia fana ini (selanjutnya disebut D=duniawi), dan 2) belanja untuk kepentingan agamanya (selanjutnya disebut A=agama/akhirat).⁴⁷ Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (KKKI) adalah titik-titik kombinasi konsumsi antara kebutuhan duniawi dan kebutuhan agama (akhirat) yang bisa dipilih oleh konsumen muslim (*homo Islamicus*) pada garis anggaran yang dimilikinya, dibatasi oleh

⁴³ Hadist ini hasan. HR al-Daruqut}ni dari Abu> Tha’labah Al-Khusyain Jurtsum bin Nashir ra.

<http://alhadistonline.wordpress.com/2009/10/26/perkara-wajib-haram-dan-hukum>. Diakses 24 Ags 2012.

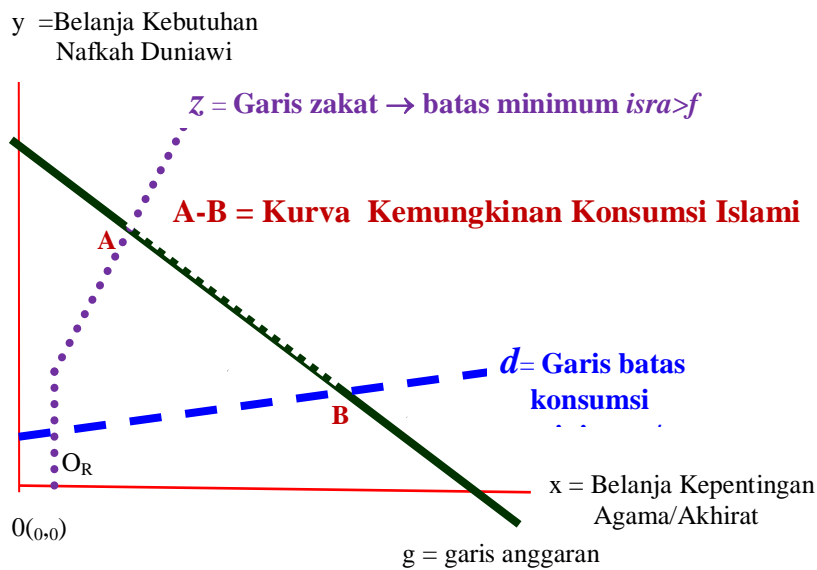
⁴⁴ QS al-Tagha>bun (64):16: *...dan nafkahkanlah nafkah yang baik untuk dirimu. Dan barangsiapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya maka mereka itulah orang-orang yang beruntung..* Dan QS A Imra>n (3):180: *Sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karunia-Nya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka. Sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. Harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. .Lihat Afzalur Rahman, *Economic Doctrines of Islam*, terj.Soeroyo, Nastangin, dan Sonhadji, *Doktrin Ekonomi Islam*, jilid I (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995) 62-63.*

⁴⁵ QS al-Isra>’ (17):26-27: *...dan janganlah kamu menghambur-hambur kan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.* Lihat Afzalur Rahman, *Economic Doctrines of Islam*, terj.Soeroyo, Nastangin dan Sonhadji, *Doktrin Ekonomi Islam*, jilid I (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995) 80-81.

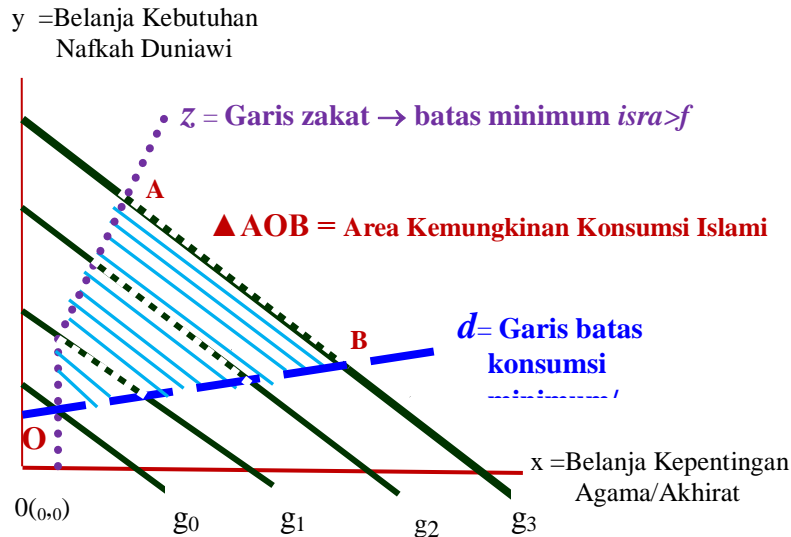
⁴⁶ Lihat M. Fahim Khan. ‘Macro Consumption Function in an Islamic Framework’. ch.10 in Masudul Alam Choudhury. *Contributions to Islamic Economic Theory* (New York: St. Martin Press, 1986) 142-145

⁴⁷ Dalam penelitian ini, pengeluaran agama pada seorang konsumen muslim (*homo Islamicus*) didefinisikan adalah: pengeluaran belanja segala sesuatu yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan agama atau perintah Tuhan, diantaranya adalah: membayar zakat, infaq, sedekah, wakaf, biaya perjalanan haji dan umroh atau wisata ziarah, bayar fidyah, nazar, denda (*dam*), beli perlengkapan shalat, beli tasbih, kaligrafi, dan artefak simbol-simbol Islam lain yang dapat mengingatkannya pada Allah, biaya pendidikan agama (beli buku agama, les/kursus/belajar agama/ baca Qur’an, dan lain-lain), iuran masjid, keanggotaan kelompok pengajian atau majelis taklim; baik untuk dirinya sendiri, anak-istrinya, orangtua, atau orang-orang lain yang ia sayangi, pedulikan, nafkahi atau santuni. Jadi tidak sepenuhnya sama alias berbeda dengan konsep Fahim Khan tentang kerajang pertama yang isinya adalah belanja untuk memenuhi kebutuhan material diri dan keluarganya, dan keranjang kedua adalah belanja atau pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan orang lain – semata-mata karena Allah– yaitu sedekah baik yang wajib (zakat) maupun sunah.

garis zakat sebagai batas minimum $israf$ (z) dan garis batas kebutuhan minimum/ $djaru>riyah$ (d). Dalam analisis grafik, hal ini ditunjukkan oleh garis anggaran (g) mulai di titik A sampai titik B pada gambar 4.1.



Gambar 4.1. Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami



Keterangan:

g_0 = garis anggaran pada tingkat pendapatan subsisten

g_1 = garis anggaran pada tingkat pendapatan mencapai batas nisab

$g_0 < g_1 < g_2 < g_3$

Gambar 4.2. Area Kemungkinan Konsumsi Islami

Beirkut uraian tentang garis-garis yang menyusun Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami

(KKKI):

Sumbu x dan y Islami: pembatasan konsumsi hanya produk halal dan baik. Kaidah konsumsi Islami yang pertama dan kedua, menyebutkan bahwa ‘seorang konsumen muslim hanya mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik (*tayyib*), dan tidak mengkonsumsi barang yang haram dalam zatnya, maupun yang *ghair al-dhat*. Dalam analisis teori mikro ekonomi Islami tentang perilaku konsumen, hal ini tergambar dalam sumbu (*axis*) X (pengeluaran belanja untuk kepentingan agama/akhirat) dan Y (pengeluaran belanja untuk memenuhi kebutuhan nafkah hidup duniawi), yang merepresentasi barang dan jasa yang dikonsumsi. Secara umum dapat dinyatakan jenis produk barang dan jasa yang dikonsumsi konsumen muslim dan perbandingannya dengan non muslim adalah sebagai berikut:

$$X_{EI} < X_K \text{ dan } Y_{EI} < Y_K$$

Dimana:

$$X_{EI} = (X_K - X_{\text{haram}}), \text{ dan } Y_{EI} = (Y_K - Y_{\text{haram}})$$

(EI = ekonomi Islam, K = ekonomi konvensional)

Untuk selanjutnya, dalam analisis teori mikro ekonomi Islami, pembahasan hanya terhadap produk barang dan jasa yang diasumsikan halal menurut syariat Islam saja.

Garis Anggaran Islami (g): batasan sumber penghasilan halal. Kaidah kedua dalam konsumsi Islami, yaitu bahwa: ‘konsumen muslim tidak mengkonsumsi barang dan jasa yang haram secara *ghair al-dhat*’; berimplikasi pada kendala anggaran dalam analisis perilaku konsumen dalam teori ekonomi Islam. Sehingga dalam teori ekonomi mikro Islami, kendala anggaran bukan hanya jumlah besarnya pendapatan yang membatasi seorang konsumen, tetapi juga proses bagaimana pendapatan itu diperoleh. Ada batasan-batasan dalam memperoleh pendapatan agar pendapatan itu boleh, bisa, dan halal untuk digunakan dalam konsumsi guna memenuhi kebutuhan hidup duniawi maupun untuk investasi akhirat. Untuk selanjutnya dalam analisis teori ekonomi mikro Islami tentang perilaku konsumen, diasumsikan bahwa pendapatan konsumen hanya bersumber dari kegiatan usaha yang halal dan barokah saja. Hal ini menjadi batasan khusus bagi garis anggaran dalam teori ekonomi Islami.

Garis Kendala Zakat (z): batasan *isra>f* bagi konsumsi Duniawi. Larangan *isra>f* (berfoya-foya, berlebih-lebihan, bermewah-mewah) serta boros maupun mubazir dalam kaidah konsumsi Islami berimplikasi adanya batasan alokasi anggaran pada konsumsi kebutuhan duniawi. Batasan ini bersifat relatif dan dinamis, bergantung pada: tingkat pendapatan, taraf hidup dan gaya hidup (*life style*) masing-masing konsumen. Sehingga tidak dapat dipastikan pada level berapa rupiah atau berapa persen alokasi pendapatan untuk kebutuhan duniawi itu dapat dianggap *isra>f* (berlebih-lebihan atau bermewah-mewah), suatu pemborosan atau kemubaziran. Yang pasti, seorang konsumen muslim yang beriman (*homo Islamicus/homo religius*) tidak boleh dan mustahil menghabiskan seluruh pendapatannya untuk kebutuhan duniawi saja. Dalam analisis grafik, hal ini berarti titik keseimbangan ekulibrium konsumen agama tidak pernah berada pada sumbu y (= duniawi) atau pada titik x (= akhirat) sama dengan nol.

Lantas apa yang menjadi batasan *isra>f*? Hal yang bisa digunakan adalah prinsip yang diturunkan dari QS al-Taka>thur (102): 1 & 8, dan QS al-H{adi>d (57):20⁴⁸ dan

⁴⁸ QS al-Taka>thur (102):1&8: *Bermegah-megahan telah melalaikan kamu (dari agama mu)....., kemudian kamu pasti akan ditanyai pada hari itu tentang kenikmatan (yang kamu megah-megahkan di dunia itu).*

QS al-H{adi>d (57):20: “Ketahuilah, bahwa sesungguhnya kehidupan dunia itu hanyalah permainan dan **suatu yang melalaikan**, perhiasan dan **bermegah-megah** antara kamu serta berbangga-bangga tentang banyaknya harta dan anak, seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan para petani; kemudian

tafsirnya⁴⁹. Yaitu bahwa bermegah-megahan itu melalaikan manusia dari kegiatan beramal, menunaikan hak Allah, dan menjaga batas-batas hukum Allah yang telah ditentukan dalam bersenang-senang dengan nikmat yang diberikan Allah tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan batas maksimum dari konsumsi duniawi sebelum dikategorikan *isra>f* adalah bila kesenangan yang dikejar dalam menikmati duniawi tersebut membuat seseorang menjadi 'lalai', 'melupakan', atau tidak bisa melaksanakan amal saleh yang menjadi kewajibannya dalam memenuhi hak Allah dan/atau melanggar batas-batas hukum Allah. Jika ditarik batas minimumnya, maka batas *isra>f* dalam implikasi ekonomi adalah kewajibannya dalam sedekah wajib yaitu zakat. Sehingga penulis mengajukan alokasi pendapatan untuk zakat wajib sebagai garis batas maksimum konsumsi duniawi atau garis batas minimum *isra>f* (berlebih-lebihan) dalam konsumsi duniawi. Dalam bahasa sehari-hari dapat didefinisikan bahwa seseorang dianggap *isra>f* bila ia mengalokasikan pendapatannya untuk pengeluaran demi memenuhi kebutuhan duniawinya sedemikian rupa hingga ia tidak bisa membayar zakat sebagai kewajiban minimumnya dalam bersedekah dan beramal saleh dengan hartanya.

Zakat wajib ada 2 yaitu: 1) zakat fitrah dan 2) zakat *ma>l* (termasuk zakat pendapatan dari hasil usaha pertanian, peternakan, perdagangan, maupun profesi). Pada analisis grafik ketentuan zakat fitrah dan zakat mal ini membentuk garis zakat –sebagai batas minimum *isra>f* konsumsi duniawi– yang unik, yaitu: berbentuk garis lurus pada tingkat pendapatan rendah, –sebelum batas penghasilan mencapai nisab–; lalu membentuk garis miring pada tingkat penghasilan diatas batas nisab. Kemiringan garis zakat ini berbeda-beda tergantung pada profesi setiap *muzakki*.

Garis kendala zakat bukanlah batas mutlak melainkan batas minimal *isra>f*. Sebab ada ketentuan tentang sedekah. Berbeda dengan zakat merupakan suatu kewajiban, sedekah merupakan pemberian sukarela yang hukumnya sunah⁵⁰. Namun dalam situasi tertentu, ada kewajiban orang kaya untuk memberi meskipun sudah membayar zakat kepada orang miskin yang membutuhkan. Jadi dalam kondisi tertentu sedekah menjadi kewajiban, bukan sekedar sunah⁵¹. Sehingga batas *isra>f* secara maksimal bersifat relatif, tergantung pada situasi dan kondisi ekonomi yang dihadapi. Misalnya: jika terjadi kesenjangan ekonomi yang sangat ekstrem⁵², ada bencana, kelaparan atau situasi yang menyangkut hidup mati; maka wajib bagi orang yang berkelebihan untuk lebih banyak mengalokasikan anggarannya atau bahan makanan yang dimilikinya untuk sedekah membantu orang miskin, korban bencana atau kelaparan yang sangat membutuhkan bantuan⁵³. Atas perintah Allah, pemerintahan negara dapat meng-

tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras dan ampunan dari Allah serta keridhaan-Nya. Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu”

⁴⁹ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Tafsirnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2008) 760, 763.

⁵⁰ *Sunah* = jika dikerjakan mendapat pahala, tetapi jika tidak dikerjakan tidak berdosa. *Wajib* = jika dikerjakan mendapat pahala jika tidak dikerjakan berdosa.

⁵¹ Lihat Afzalur Rahman, *Economic Doctrines of Islam*, terj. Soeroyo, Nastangin, dan Sonhadji, *Doktrin Ekonomi Islam*, jilid I (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995) 63-67, 137-140, 144-146.

⁵² Abu> Dhar seorang sahabat Rasulullah saw yang kemudian disebut sebagai tokoh sosialis Islam yang pertama, mengkritik beberapa pegawai Islam yang hidup dalam kemewahan dengan menukil al-Qur'an QS al-H}asyr (59) :7 dan QS al-Dha>riyat (51):19, serta sabda Rasulullah saw: '*terdapat hak orang miskin di dalam harta kekayaan selain zakat*'. Beliau menegaskan bahwa tidak boleh ada kesenjangan di masyarakat antara kelompok miskin dan kelompok kaya, dan selama kebutuhan pokok untuk seluruh anggota masyarakat belum terpenuhi, maka penumpukkan harta oleh orang kaya merupakan suatu tindak kejahatan (kriminal) seperti halnya pencurian. Lihat Afzalur Rahman, *Economic Doctrines of Islam*, terj. Soeroyo, Nastangin, & Sonhadji. *Doktrin Ekonomi Islam*. Jilid I. (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf. 1995):144.

⁵³ Dalam riwayat sejarah fikih ekonomi Islam, pada masa pakeklik di zaman Khalifah 'Umar ibn al-Khat}ab ketika dana hasil pembayaran zakat tidak mencukupi lagi untuk memenuhi kebutuhan orang-orang miskin, maka ditetapkan kewajiban orang-orang kaya di setiap kota untuk menopang orang miskin, mulai dari kerabat

ambil secara paksa zakat yang wajib dibayar dari seseorang⁵⁴. Namun pemerintah hanya boleh memaksa orang kaya untuk membayar ‘sedekah wajib’ pada situasi tertentu saja, dan kebolehan memaksa ini hanya bersifat temporer atau sementara ketika hal-hal yang membenarkannya masih ada terjadi saja⁵⁵.

Implikasi teoritis dari kewajiban sedekah ini adalah: pada situasi tertentu, kemiringan garis kendala zakat sebagai batas *isra>f* akan menjadi lebih miring menjauhi sumbu Y dan mendekati sumbu X. Artinya, lebih sedikit anggaran yang boleh dialokasikan untuk kebutuhan duniawi, dan harus lebih banyak dialokasikan untuk kepentingan agama/akhirat pada tingkat pendapatan yang sangat tinggi. Kriteria ‘pendapatan sangat tinggi’ bersifat relatif di suatu wilayah komunitas budaya dan daerah otonomi kota atau negara tertentu. Prinsipnya mereka yang berpendapatan ekstrem tinggi dibandingkan rata-rata pada sebagian besar orang lain dikenakan kewajiban ini, terutama di negara miskin.

Garis Batas Konsumsi Kebutuhan Minimum (d). Garis Batas Konsumsi Kebutuhan Minimum (nafkah *d}aruriyah*) merupakan batas minimum *isra>f* dalam konsumsi agama, yaitu: anggaran wajib yang harus dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan nafkah hidup duniawi secara paling sederhana atau minimal. Ada larangan bagi muslim untuk tidak berlebih-lebihan (*isra>f*) dalam agama⁵⁶. Artinya, seorang muslim yang religius tidak akan mungkin dan tidak boleh menghabiskan seluruh pendapatannya untuk kepentingan akhiratnya saja, setidaknya ia musti menyisihkan pendapatannya untuk menafkahi dirinya sendiri dan keluarga yang menjadi kewajibannya.

Kebutuhan minimum dalam ekonomi Islam adalah batas minimal kebutuhan yang mencakup perlindungan dari ke 5 hal yang menjadi tujuan (*maqas}id*) syariah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Tujuan (*maqas}id*) syariah adalah *kemas}lahatan*, yaitu: terjaminnya agama, jiwa (*nafs*), akal, keturunan (masa depan), dan harta. Maslahat minimum berarti terpenuhinya kelima hal tersebut pada saat bersamaan/sekaligus dalam batas subsisten untuk bertahan hidup yang layak bagi kemanusiaan (*d}aru>riyah*), terdiri dari:

- 1) kebutuhan pemeliharaan agama, bahwa: seseorang harus memiliki kecukupan aset minimal yang memungkinkannya untuk beribadah menegakkan agamanya. Contohnya: seorang muslim paling miskin sekalipun minimal harus memiliki satu stel pakaian yang bisa digunakannya untuk ibadah sholat, misal: mukena untuk wanita atau pakaian bersih menutup aurat bagi pria. Juga memiliki sekedar makanan untuk sahur atau berbuka puasa, khususnya saat melaksanakan puasa wajib di bulan Ramadhan.
- 2) kebutuhan pemeliharaan jiwa, yaitu: memiliki makanan dan minuman yang cukup untuk bertahan hidup dari hari ke hari dan punya akses guna pemeliharaan kesehatannya.
- 3) kebutuhan pemeliharaan akal, yaitu: memiliki akses untuk pendidikan dan pengajaran atau nasehat agama.

terdekat masing-masing. Jari>bah ibn Ah}mad al-Harithi, *al-Fiqh al-Iqtis}a>d li Amr al-Mukmin ‘Umar ibn al-Khat}t}hab* (Jeddah: Da>r al-Andalu>s al-Khadra>, 2003) terj. AS Zamakhsyari, *Fikih Ekonomi Umar bin Khathab* (Jakarta: Khalifa, 2006) 322.

⁵⁴ *Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.* QS al-Taubah (9):103}.

⁵⁵ Lihat diskusi tentang pembolean dan syarat-syaratnya menurut Ibn Hazm, al-Qurt}ubi>, Ibn Taimiyah, Ibn Qayyim, Yusu>f Qara>d{awi>, A. Muslih al-Thumal, dan Musthafa> S. al-Zarqa> dalam Jaribah ibn Ah}mad al-Hari>th, *al-Fiqh al-Iqtis}a>d li Amr al-Mu‘mini>n ‘Umar ibn al-Khat}t}hab* (Jeddah: Da>r al-Andalu>s al-Khadra>, 2003) terj. AS Zamakhsyari, *Fikih Ekonomi Umar bin Khathab* (Jakarta: Khalifa, 2006) 323-324.

⁵⁶ *janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. ...* {QS al-Ma>}idah (5):77}

- 4) kebutuhan pemeliharaan keturunan demi keberlangsungan ras manusia. Contohnya: bisa menikah dan membayar ‘mahar’ perkawinan, sehingga bisa memenuhi kebutuhan biologis seksual secara halal.
- 5) kebutuhan harta, misalnya: a) rumah untuk tempat tinggal dan tempat berlindung; b) aset-aset produktif untuk berusaha mencari nafkah halal bagi dirinya dan keluarganya, meskipun hanya sebilah kapak untuk mencari/memotong kayu bakar.

Pada prinsipnya, kebutuhan dasar minimum adalah sama untuk setiap orang setidaknya sampai level bertahan hidup (*survive*) secara subsisten yang masih layak sesuai harkat dan martabatnya sebagai manusia. Namun, pada setiap sub-kultur maupun kelas sosial, masing-masing kelompok manusia memiliki kebutuhan dasar yang berbeda. Perbedaan kelas sosial berdasarkan tingkat pendapatan, akan menimbulkan perbedaan tingkat kebutuhan dasar minimum pula, mungkin tidak berbeda secara kuantitas, tapi berbeda secara kualitas. Implikasi teoritisnya, garis batas konsumsi kebutuhan minimum (nafkah *d}aru>riyah*) akan berbentuk garis lurus yang serong keatas seiring dengan ukuran garis anggaran. Dapat dihipotesiskan adanya variasi dalam bentuk dan ukuran garis batas konsumsi kebutuhan minimum ini berdasarkan profesi pencari nafkah. Selain itu secara logika dapat dipastikan bahwa jumlah orang yang menjadi tanggungan yang wajib dinafkahi juga mempengaruhi ukuran garis batas konsumsi kebutuhan minimum.

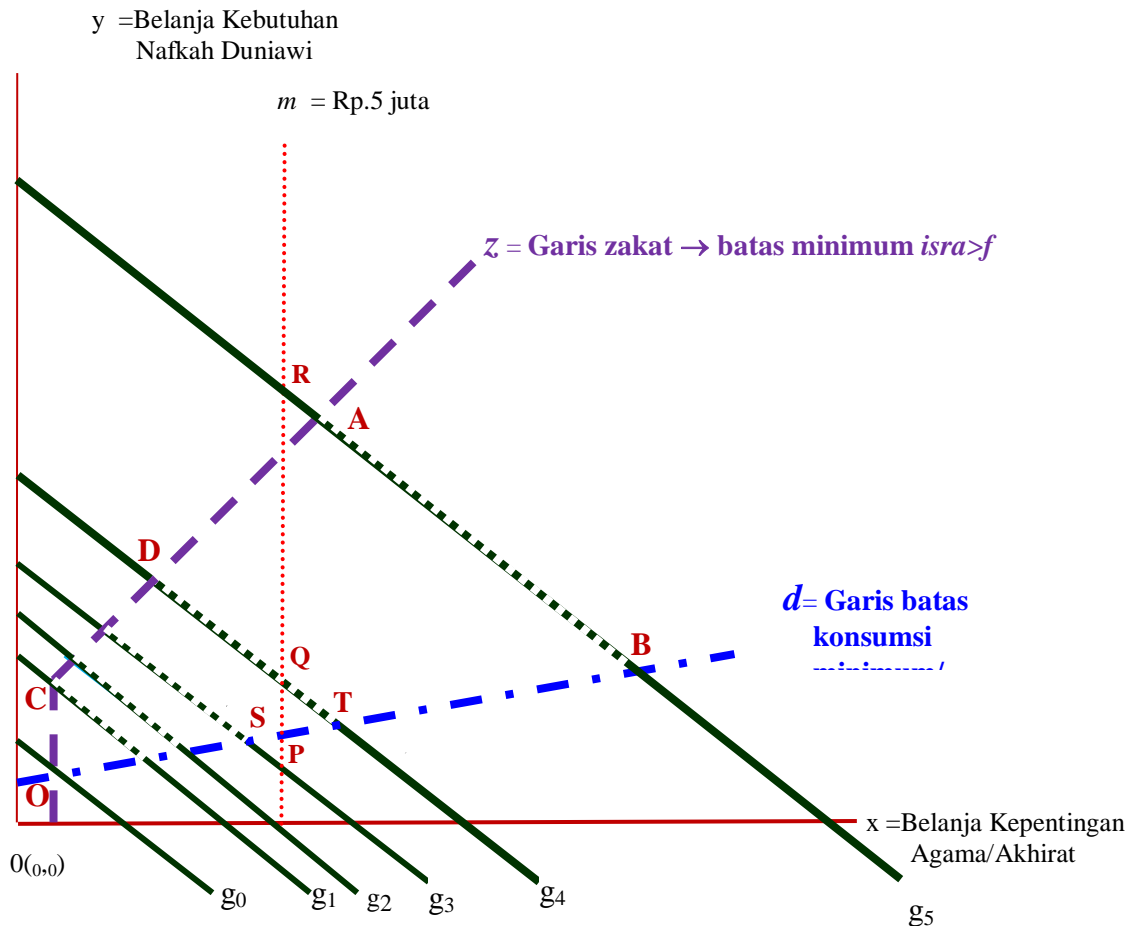
2.4. Mukena seharga 5 juta rupiah: berlebih-lebihankah (dosa atau pahala?)

Telah diungkapkan di atas bahwa kebutuhan hidup manusia mencakup kelima hal yaitu: agama, jiwa (*nafs*), akal, keturunan dan harta yang menjadi dasar dan tujuan dari syariat Islam (*maqas}id al-shari>’ah*) dapat dikelompokkan dalam tiga tingkatan, yaitu: *d}aru>riyya>t* (kebutuhan minimum), *ha>jiyya>t* (kecukupan) dan *tah}si>niya>t* (kesenangan). Contoh untuk mukena, pada level *d}aru>riyya>t* seorang muslimah harus memiliki satu mukena untuk dipakai sholat. Pada level *ha>jiyya>t* seorang muslimah dapat memiliki lebih dari satu mukena sehingga dapat dipakai bergantian bila yang lain dicuci. Pada level *tah}si>niya>t* seorang muslimah dapat memiliki beberapa mukena dengan berbagai corak dan disain serta bahan yang berbeda untuk digunakan pada pelbagai kesempatan yang berbeda pula. Mukena seharga lima juta rupiah adalah contoh mukena yang merupakan kebutuhan untuk kepentingan agama pada level *tah}si>niya>t*. Dari sudut pandang ini, maka ekonomi Islam ‘memungkinkan’ tegasnya ‘membolehkan’ adanya sebuah produk mukena seharga lima juta rupiah sebagai objek transaksi ekonomi (diproduksi dan dikonsumsi). Apalagi ada perintah dalam al Qur’an untuk mengenakan pakaian yang bagus jika memasuki masjid. Jadi mengenakan mukena bagus yang mahal nya lima juta rupiah dapat menjadi amal baik yang mendatangkan pahala jika niatnya semata-mata menjalankan perintah Allah tersebut, dan tidak sebersit pun ada rasa sombong dan riya (pamer) dalam hati. Jika dalam lemari anda ada baju, tas, sepatu atau pakaian lain yang anda kenakan pada saat bertemu dengan manusia (misal pesta, tampil di panggung, ke kantor, dll) seharga lima juta atau lebih, maka selayaknyalah anda memiliki perlengkapan ibadah sholat dengan tingkat harga yang sama.

Kapan belanja untuk kepentingan agama menjadi perbuatan yang mendatangkan dosa? Jawabannya dapat dilihat pada gambar 4.3. Analisis Mukena seharga Rp.5 juta dengan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami. Pembelian mukena merupakan bagian dari pengeluaran untuk agama, jadi merupakan bagian dari sumbu x. Pada tingkat pendapatan lebih kecil dari Rp.5juta, yaitu garis anggaran lebih kecil dari g_2 , maka pembelian mukena seharga Rp.5 juta tidak dimungkinkan.

Pada tingkat pendapatan lebih tinggi yang digambarkan g_3 pembelian mukena seharga Rp.5 juta merupakan bentuk tindakan berlebih-lebihan (*israf*) dalam agama. Kombinasi konsumsi antara D ($y =$ duniawi) dengan A ($x =$ agama/akhirat) terletak pada titik P (perpotongan antara g_3 dengan m), yang berada di luar batas Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami. Hal ini menunjukkan pembelian mukena seharga Rp.5 juta melebihi batas anggaran untuk konsumsi agama pada titik S (perpotongan antara g_3 dengan d). Pembelian mukena seharga Rp.5 juta membuat anggaran konsumsi nafkah duniawi kurang dari batas konsumsi *djariyyat*, artinya tidak bisa memenuhi kebutuhan nafkah hidup sehari-hari, bahkan pada level batas minimum

Pada tingkat pendapatan yang ditunjukkan oleh garis anggaran g_4 pembelian mukena seharga Rp.5 juta berada pada titik Q (perpotongan antara g_4 dengan m) yang terletak dalam batasan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (garis D-T). Sehingga pembelian mukena seharga Rp.5 juta tidak menjadi masalah dan sesuai syariat tentang konsumsi moderat, dengan asumsi selain untuk beli mukena tersebut zakat wajib juga dikeluarkan, sehingga pengeluaran untuk agama lebih dari lima juta.



Keterangan:

- g_0 = garis anggaran pada tingkat pendapatan subsisten
- g_1 = garis anggaran pada tingkat pendapatan batas nisab
- g_2 = garis anggaran pada tingkat pendapatan Rp.5 juta
- $g_0 < g_1 < g_2 < g_3 < g_4 < g_5$
- ▲ ACOB = Area Kemungkinan Konsumsi Islami

Gambar 4.3. Analisis Mukena Rp.5 juta dengan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami

Pada tingkat pendapatan yang jauh lebih tinggi yang digambarkan oleh garis anggaran g_5 pembelian mukena seharga Rp.5 juta berada pada titik R (perpotongan antara g_5 dengan m) yang terletak di luar batasan Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami (garis D-T). Kombinasi konsumsi antara D ($y = \text{duniawi}$) dengan A ($x = \text{agama/akhirat}$) pada titik R jatuh pada katagori tindakan berlebih-lebihan ($israf$) dalam konsumsi duniawi. Artinya pengeluaran untuk kepentingan pemenuhan kebutuhan hidup duniawi terlalu besar melebihi batas maksimum pada titik A (perpotongan antara g_5 dengan garis zakat z), sehingga sisanya tidak mencukupi lagi untuk bayar zakat wajib. Dengan perkataan lain, pengeluaran keagamaannya yang hanya sebesar lima juta rupiah untuk beli mukena relatif terlalu sedikit. Solusinya, harus menekan pengeluaran untuk kepentingan duniawi dan mengalokasikan anggaran lebih banyak untuk kepentingan agama, minimal membayar zakat wajib selain beli mukena Rp 5 juta tersebut.

3. Penutup

Dari temuan hasil analisis yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebenarnya ada 2 mazhab utama Ekonomi Islam, yaitu: 1) 'orang agama' memandang ekonomi dan praktek ekonomi baik pada level individu maupun organisasi, lembaga, bahkan negara. Instrumen utama yang digunakan untuk menganalisis adalah Al Qur'an dan Hadist, serta ilmu fiqih khususnya fiqih muamalah. Secara epistemologi, mazhab ini menginduk pada ilmu ekonomi keagamaan (religius) atau ekonomi teologis. 2) 'orang ekonomi' memandang agama dan perilaku/praktek keberagamaan. Alat nalisanya adalah rumus-rumus, teori-teori dan isntrumen lain dalam ilmu ekonomi. Secara epistemologi mazhab ini menginduk pada ilmu ekonomi agama (*the economics of religion*).
2. Yang membedakan teori ekonomi mikro Islam dengan konvensional adalah asumsi-asumsi dasar-nya yang berakar dari ajaran tauhid Islam, antara lain mengenai:
 - 1) pandangan Islam tentang manusia yang melahirkan konsep '*homo religius /Islamicus*' yang lebih realistik menggambarkan manusia secara empiris sesuai fitrahnya (*human nature by design*) daripada konsep *homo economicus* pada ekonomi konvensional neo klasikal,
 - 2) konsep kebutuhan dan kepuasan dalam ekonomi Islam lebih holistik sesuai pemahaman tentang *homo religius/Islamicus*. Kebutuhan manusia meliputi kebutuhan lahir/fisik dan batin/psikologis, serta kebutuhan sosial juga kebutuhan spiritual-religiusnya akan Tuhan sebagai 'tempat bergantung' sesuai misi penciptaan manusia sebagai 'penyembah' (QS al-Dha>riya>t (51):56). Kebutuhan tersebut mencakup pemeliharaan lima unsur yang menjadi tujuan syariat Islam (*maqasjid al-shari>'ah*). Konsep kepuasan sebagai hasil dari pemenuhan kebutuhan dalam ekonomi Islam lebih luas dari konsep utilitas dalam ekonomi konvensional. Utilitas hanya menggambarkan manfaat fisik, sedangkan dalam ekonomi Islam tingkat kepuasan digambarkan oleh konsep 'masalah' yaitu total manfaat yang terdiri dari manfaat fisik (utilitas) ditambah manfaat psikologis, manfaat sosial, serta ekspektasi manfaat spritual dan religius. Dengan demikian kurva Indiferen-utilitas konvensional diganti dengan kurva Indiferen-masalah dalam ekonomi Islam. Berbeda dengan pandangan individualistik dan independensi utilitas dalam ekonomi konvensional, dalam pandangan ekonomi Islam ada keterkaitan masalah antar individu. Hal ini adalah implikasi deduktif dari karakter altruis yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial. Dalam bahasa sehari-hari dapat dikatakan kepuasan, kebahagiaan dan kesejahteraan seseorang berkaitan dengan kepuasan, kebahagiaan dan kesejahteraan orang lain, khususnya jika ada ikatan cinta, kasih sayang, kepedulian, nasab (kekeluaraagn/keturunan) dan persaudaraan (*ukhuwah/brotherhood*).
 - 3) adanya teori *hudud (constrains)* yang memberi batasan-batasan dalam perilaku konsumen muslim yang diturunkan dari kaidah-kaidah konsumsi berdasarkan ajaran Islam, yaitu prinsip kehalalan barang dan jasa baik secara zat maupun non-zat (*ghair al-dhat*), bersumber dari penghasilan yang halal, serta pengeluaran yang tidak berlebih-lebihan (*isra>f*), tidak *mubadhir*, dan juga kikir. Sehingga garis anggaran seorang muslim beriman (*homo religius/Islamicus*) tidak seluruhnya bisa digunakan seperti garis anggaran pada *homo economicus* konvensional. Garis anggaran seorang muslim beriman (*homo religius/Islamicus*) dibatasi oleh garis zakat dan garis batas konsumsi minimum (nafkah *djaruriyah*) disebut Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami. Garis zakat merupakan batas atas, sebagai refleksi batas minimum *isra>f* dalam konsumsi duniawi, sedangkan garis konsumsi *djaruriyah* merupakan batas minimum *isra>f* dalam

pengeluaran untuk kebutuhan keagamaan. Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami adalah pemetaan konsumsi moderat yang dianjurkan ajaran Islam.

3. Pembelian mukena seharga 5 juta rupiah bukanlah sesuatu yang terlarang selama masih dalam batas alokasi anggaran pada Kurva Kemungkinan Konsumsi Islami, yaitu masih ada sisa anggaran untuk membayar zakat dan memenuhi nafkah hidup sehari-hari setidaknya pada level minimum (*djaruriyah*). Saat pendapatan mencukupi sehingga anda mampu memiliki baju, tas dll. seharga lima juta atau lebih, maka selayaknya-lah anda membeli mukena seharga lima juta. Lebih jauh, disarankan untuk lebih bijak dan cerdas (*smart*) alias tidak *ghafil* dalam mengalokasikan anggaran, baik untuk kebutuhan duniawi maupun untuk kepentingan agama/akhirat. Contohnya daripada membeli pakaian atau tas seharga lima juta rupiah atau lebih, lebih baik dibelikan perhiasan emas. Membeli mukena seharga lima juta rupiah untuk mendapatkan pahala karena menjalankan perintah Allah agar mengenakan pakaian yang bagus ketika masuk masjid adalah suatu amalan perbuatan baik. Namun akan lebih baik dan lebih kekal pahalanya jika uang lima juta tersebut dialokasikan untuk membeli mukena bagus seharga 3 juta saja, sisanya dibelikan 20 buah mukena seharga seratus ribuan. Lalu kedua puluh mukena tersebut diinfakkan ke mushola dan masjid, atau dibagikan kepada muslimah miskin yang hanya punya satu mukena sehingga ia hanya bisa mencuci mukenanya sebulan sekali saja pada saat haid, dan baru memungkinkan untuk bisa ganti mukena setahun sekali saat hari raya Idulfitri saja.

*Hanya Allah yang Maha Mengetahui dan Pemilik Segala Ilmu
Cinere, 23 Okt 2013*