



MAQĀSID AL-SHARĪ'AH v.s. LIFESTYLE

Menyikapi Budaya Konsumerisme Masyarakat Indonesia

Jaman Now

Nurul Fatmah Hasan

STITNU Al Hikmah Mojokerto

nuur.fatmah.hasan@gmail.com

Abstraksi: Artikel ini ditulis untuk menyikapi perilaku konsumsi masyarakat Indonesia jaman now, yang tengah berada pada budaya konsumerisme, materialisme, dan hedonisme. Budaya konsumerisme menyebabkan masyarakat kehilangan rasionalitas, melanggengkan ketidakadilan, mengancam keseimbangan alam, dan dapat meningkatkan kriminalitas. Islam sebenarnya telah mengenalkan maqāṣid al-sharī'ah sebagai patokan dalam berkonsumsi dan memenuhi kebutuhan agar masyarakat terhindar dari jebakan lifestyle yang bersifat duniawi. Konsumsi berdasarkan kerangka maqāṣid al-sharī'ah adalah konsumsi yang mengutamakan kebutuhan (needs), bukan keinginan (wants). Konsumsi yang mengoptimalkan maṣlaḥah, bukan utility. Serta konsumsi yang berada dalam keseimbangan (al-tawāzun), yaitu tidak bermewahan (taraf), tidak boros (tabdhir), dan tidak berlebihan (israf). Serta tidak pula terlampau hemat sehingga menimbulkan sifat kikir (qatr) dan bakhil (bukhl). Prinsip maqāṣid al-sharī'ah adalah untuk mencapai kemaslahatan (maṣlaḥah) dan menghindari kerusakan (mafsadah). Maqāṣid al-sharī'ah menggolongkan kebutuhan dalam tiga level, yaitu ḍarūriyyāt, ḥajjiyyāt, dan taḥsīniyyāt yang berfungsi melakukan penjagaan terhadap agama (dīn), jiwa (nafs), akal (aql), keturunan (nasl), dan harta (māl).

Keywords: konsumerisme, lifestyle, maqāṣid al-sharī'ah

PENDAHULUAN

Antitesis Maqāṣid al-Sharī'ah: Budaya Konsumerisme

Konsumerisme merupakan gaya hidup yang tidak hemat, yang menganggap barang-barang mewah sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan pemuasan diri.¹ Saat ini konsumerisme menjadi budaya masyarakat Indonesia. Penelitian LIPI menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menduduki peringkat ke tiga dari 106 negara di dunia yang diukur terkait tingkat kepercayaan diri dalam berbelanja. Dua negara kaya

¹ Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 590.



Skandinavia dan Swiss justru menempati urutan ke 60 dan 70.² Konsumen Indonesia juga merupakan konsumen yang melakukan pembelian impulsif yang tinggi. Hasil riset yang dilakukan lembaga *frontier consulting* menunjukkan bahwa proses pembelian impulsif atau pembelian yang tidak direncanakan di Indonesia berada pada kisaran 15% hingga 20%, relatif besar dibandingkan dengan konsumen di Amerika.³

Pembelian impulsif (*impulse buying*) dan gaya hidup konsumtif di Indonesia yang relatif tinggi tersebut diperkuat dengan adanya peningkatan berbagai macam bisnis ritel. Berdasarkan data, sejak tahun 2007 sampai 2012 bisnis ritel di Indonesia mengalami pertumbuhan hingga 17,57% per tahun. Pada tahun 2007, jumlah ritel di Indonesia sebanyak 10.365 gerai. Pada tahun 2011 mencapai 18.152 yang tersebar di seluruh kota Indonesia. Selain itu, Indonesia juga tergolong negara dengan jumlah *mall* yang banyak. Pada tahun 2014, *mall* di Indonesia sebanyak 250 yang tersebar di seluruh Indonesia, yang terus berkembang hingga dibangun dengan total area 4,5 juta meter persegi di tahun 2016, serta mengalami lagi peningkatan pembangunan sekitar 2% sampai tahun 2017. Ibukota Jakarta sebagai lokasi dengan jumlah *mall* terbanyak di Indonesia bahkan dunia luasnya mencapai 9 kali luas Vatikan dan sekitar 3 *mall* di antaranya masuk dalam daftar 100 *mall* paling besar di dunia. Hasil survei *Middle Class Institute* menyatakan bahwa 74.4% repondennya menghabiskan akhir pekan di *mall*. Selain berbelanja, cuci mata, *mall* juga menjadi tempat rekreasi dan bersantai.⁴

Impulse buying merupakan pembelian spontan, tanpa berpikir akibat, terburu-buru, dan dipengaruhi keadaan emosional. *Impulse buying* ini dipengaruhi oleh mood positif, *hedonic shopping value*, *peer group*, harga, respon belanja, dan interaksi konsumen.⁵ Jika *impulse buying* berkelanjutan, akan menyebabkan kecanduan pada masyarakat, maka masyarakat dikatakan konsumtif. Jika masyarakat menjadikan konsumtif sebagai gaya hidup, maka masyarakat tersebut telah menganut paham konsumerisme. Paham konsumerisme menyebabkan masyarakat kehilangan rasionalitas, melanggengkan ketidakadilan, mengancam keseimbangan alam, dan dapat meningkatkan kriminalitas. Konsumerisme tidak terlepas dari paham kapitalisme. Dan kenyataannya, aktivitas ekonomi komunitas muslim, termasuk Indonesia, dihadapkan pada nilai-nilai kapitalis ataupun sosialis. Hal ini menuntut Islam untuk menghadirkan secara lebih

² Eko Sutriyanto, *Konsumerisme Sudah Menjadi Budaya dan Jadi Persoalan Serius*, dalam www.tribunnews.com/23-Oktober-2017/ diakses 31-Maret-2018.

³ Wiyono, Haryanto, dan Dwi Hastjarja K.B., *Perilaku Impulse Buying Konsumen Retail, makalah yang diseminarkan pada Sustainable Competitive Advantage (SCA)-7* (Purwokerto: FEB Unsoed, 2017), 212.

⁴ A.H.P.K. Putra, Sayhnur Said, dan Sabri Hasan, *Pengaruh Karakteristik Toko dan Produk bagi Konsumen di Indonesia terhadap Pembelian Impulsif*, dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2 (Malang: Universitas Merdeka Malang, 2017), 9.

⁵ Aprilia Eka Sari, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*, dalam *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 8, No. 1 Mei (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), 68.



konkrit sistem ekonomi alternatif yang dapat dijadikan sebagai pilihan, yaitu sistem ekonomi yang mengaplikasikan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan ekonomi.⁶

Dalam upaya menyikapi konsumerisme yang tengah membudaya di kalangan masyarakat Indonesia, Islam harus aktif berperan dalam menunjukkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan tuntunan *al-Qur'an* dan *al-Sunnah*.⁷ Kembali kepada kerangka *maqāṣid al-sharī'ah*⁸ adalah solusi dalam melawan konsumerisme. Jika segala aktivitas manusia telah berada pada kerangka *syar'i*, maka tujuan *maqāṣid al-sharī'ah* dalam mencapai kemaslahatan dan menjauhi kemudharatan dalam tatanan hidup dapat tercapai.

KONSUMSI DALAM MAQĀṢID AL-SHARĪ'AH FRAMEWORK

Memenuhi Kebutuhan (Needs/Hājah), Bukan Pemuasan Keinginan (Wants/Raghbah)

Islam memposisikan konsumsi sebagai bagian dari aktivitas ekonomi yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *maṣlaḥah* (*public interest*) atas kebutuhan dan kewajiban. Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Islam mengajarkan bahwa tindakan ekonomi diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan hidup (*needs*), bukan pemuasan keinginan (*wants*). Islam juga menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi, sehingga tidak kosong dari makna ibadah. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional yang tidak memisahkan antara keinginan

⁶ Galuh Nasrullah Kartika, *Konsep Ekonomi dalam Perspektif al-Qur'an*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora al-Ulum*, Vol. 1, No. 2 April (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan, 2016), 156.

⁷ Dalam *al-Qur'an*, ajaran tentang konsumsi dapat diambil dari kata *kulū* dan *ishrabū* yang terdapat sebanyak 21 kali. Kata makan dan minumlah (*kulū wa ashrahū*) sebanyak enam kali. Sedangkan ayat mengenai ajaran konsumsi yang belum termasuk derivasi dari akar kata *akala* dan *sharaba* selain *fi'il amar* sebanyak 27 kali. Diantara ayat-ayat konsumsi dalam *al-Qur'an* adalah (QS. al-Baqarah [2]: 168, 172, 187); (QS. al-Mā'idah [5]: 4, 88); (QS. al-An'am [6]: 118, 141, 142); (QS. al-A'rāf [7]: 31, 160, 161); (QS. al-Anfāl [8]: 69); (QS. al-Naḥl [16]: 114); (QS. al-Isrā' [17]: 26-28, (QS. Ṭāhā [20]: 54, 81); (QS. al-Ḥajj [22]: 28, 36); (QS. al-Mu'minūn [23]: 51), (QS. Saba' [34]: 15); (QS. al-Ṭūr [52]: 19), (QS. al-Mulk [67]: 15), (QS. al-Ḥāqqah [69]: 24), (QS. al-Mursalāt [77]: 43, 46).

Luqman Fauroni, "Tafsir Ayat-ayat Tentang Konsumsi (Aplikasi Tafsir Ekonomi al-Qur'an)", dalam *Millah Jurnal Studi Agama*, Vol. 8, No. 1 Agustus (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2008), 130.

⁸ Secara etimologi *maqāṣid al-sharī'ah* terdiri dari dua kata: *maqāṣid* dan *sharī'ah*. *Maqāṣid* (bentuk jamak dari *maqṣud*) berarti kesengajaan atau tujuan. *Sharī'ah* artinya jalan menuju air atau sumber kehidupan. Secara terminologi, *maqāṣid al-sharī'ah* merupakan tujuan dibalik ditetapkannya hukum atau aturan dalam agama Islam.

(wants) dan kebutuhan (needs), sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme.⁹

Keperluan hidup manusia secara kualitas memiliki tahapan-tahapan pemenuhan. Berdasarkan Teori Maslow, keperluan hidup berawal dari pemenuhan keperluan hidup yang bersifat kebutuhan dasar (*basic needs*), kemudian pemenuhan keperluan hidup yang lebih tinggi kualitasnya seperti keamanan, kenyamanan, dan aktualisasi. Namun Teori Maslow merujuk pada pola pikir konvensional yang menggunakan perspektif individualistik-materialistik. Sementara dalam Islam, pemuasan keperluan hidup setelah tahapan pertama (pemenuhan kebutuhan dasar), akan dilakukan ketika memang secara kolektif keperluan kebutuhan dasar tadi sudah pada posisi yang stabil.¹⁰

Islam memiliki nilai moral yang begitu ketat dalam memasukkan keinginan (*wants*) dalam motif aktivitas ekonomi.¹¹ Dalam banyak ketentuan perilaku ekonomi Islam, dominasi motif kebutuhan menjadi nafas dalam perekonomian Islam, bukan keinginan. Kebutuhan (*needs*) lebih didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Sementara keinginan (*wants*) didefinisikan sebagai *desire* (kemauan) manusia atas segala hal. Peleburan keinginan dengan kebutuhan dalam diri seorang muslim terjadi melalui pemahaman dan pengamalan akidah dan akhlak yang baik (*Islamic norms*). Sehingga ketika asimilasi itu terjadi, maka terbentuklah pribadi-pribadi muslim (*Homo Islamicus*) yang kemudian menentukan perilaku ekonomi yang orisinal dan bersumber dari Islam.

Salah satu tokoh yang banyak berkontribusi dalam pemikiran ekonomi tentang konsumsi adalah al-Ghazālī. Al-Ghazālī mengemukakan beberapa konsep konsumsi dalam perspektif Islam. *Pertama*, konsep al-Ghazālī tentang pemenuhan kebutuhan banyak memfokuskan kepada terpenuhinya kebutuhan manusia secara lahiriah dan batiniah, tetapi lebih mengutamakan akhirat daripada dunia. *Kedua*, al-Ghazālī berpendapat bahwa setiap orang bertanggung jawab atas pemenuhan kebutuhannya masing-masing dan harus mengusahakannya semaksimal mungkin (tentunya sesuai kebutuhan serta dengan norma dan etika Islam). *Ketiga*, bahwa al-Ghazālī selalu menekankan etika dan norma dalam mengkonsumsi yang halal dan *ṭayyib* serta menjauhi yang haram.¹²

⁹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqāṣid al-Sharī'ah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 162.

¹⁰ Abdurrohman Kasdi, *Tafsir Ayat-ayat Konsumsi dan Implikasinya terhadap Pengembangan Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Equilibrium*, Vol. 1, No. 1 Juni (Kudus: STAIN Kudus, 2013), 19.

¹¹ Yūsuf al-Qarḍāwī menyebutkan beberapa variabel moral dalam berkonsumsi, diantaranya adalah konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran. Yūsuf al-Qarḍāwī, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 1995), 97.

¹² Elvan Syaputra, *Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam al-Ghazali dalam Ihya' Ulumuddin* dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Falah*, Vol.2, No. 2 Agustus (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017), 152.



Optimalisasi *Maṣlahah*, Bukan *Utility*

Pada perspektif konvensional, aktivitas konsumsi sangat erat kaitannya dengan maksimalisasi kepuasan (*utility*). Teori nilai guna (*utility*) ini apabila dianalisis dari teori *maṣlahah*, kepuasan bukan didasarkan atas banyaknya barang yang dikonsumsi tetapi didasarkan atas baik atau buruknya sesuatu itu terhadap diri dan lingkungannya. Jika mengonsumsi sesuatu mendatangkan kemafsadatan pada diri atau lingkungan maka tindakan itu harus ditinggalkan.¹³

Ada beberapa perbedaan antara *maṣlahah* dan *utility*, yaitu: 1) *Maṣlahah* individual akan relatif konsisten dengan *maṣlahah* sosial, sebaliknya utilitas individu mungkin saja berseberangan dengan utilitas sosial. 2) Jika *maṣlahah* dijadikan tujuan bagi pelaku ekonomi (produsen, distributor dan konsumen), maka arah pembangunan menuju ke titik yang sama. Maka hal ini akan meningkatkan efektivitas tujuan pembangunan yaitu kesejahteraan hidup. Konsep ini berbeda dengan utilitas, dimana konsumen bertujuan memenuhi keinginannya, adapun produsen dan distributor memenuhi kelangsungan dan keuntungan maksimal. Dengan demikian ada perbedaan arah dalam tujuan aktivitas ekonomi yang ingin dicapai. 3) *Maṣlahah* merupakan konsep pemikiran yang terukur dan dapat diperbandingkan, sehingga lebih mudah dibuatkan prioritas dan pentahapan pemenuhannya. Hal ini akan mempermudah perencanaan alokasi anggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya akan tidak mudah mengukur tingkat utilitas dan membandingkan antara satu orang dengan yang lainnya, meskipun dalam mengonsumsi barang ekonomi yang sama dalam kualitas dan kuantitasnya.¹⁴

Tujuan konsumsi dalam Islam bukanlah memaksimalkan *utility*, tetapi mengoptimalkan *maṣlahah*. Konsumen rasional dalam Islam adalah konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai manfaat maksimum sesuai dengan norma-norma Islam (*maṣlahah*).¹⁵ Manfaat adalah terminologi Islam yang mencakup kemaslahatan, faidah dan tercegahnya bahaya. Manfaat bukan sekedar kenikmatan yang hanya bisa dirasakan oleh anggota tubuh semata, namun lebih dari itu, manfaat merupakan cermin dari terwujudnya kemaslahatan hakiki dan nilai guna maksimal yang tidak berpotensi mendatangkan dampak negatif di kemudian hari. Dengan demikian, rasionalisasi konsumsi tidak cukup dimaknai dengan hukum maupun teori saja, namun juga harus bersandar pada aturan-aturan mendasar yang terdapat dalam ajaran Islam.

Ada beberapa karakteristik konsumsi dalam ekonomi Islam, di antaranya adalah: 1) Konsumsi bukanlah aktivitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh *shara'*. 2) Konsumen yang rasional (*mustahlik al-aqlani*) senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun ruhaninya. 3) Menjaga keseimbangan konsumsi

¹³ Sesuai dengan kaidah *uṣūl fiqh* menolak segala bentuk kemudharatan lebih diutamakan daripada menarik manfaat.

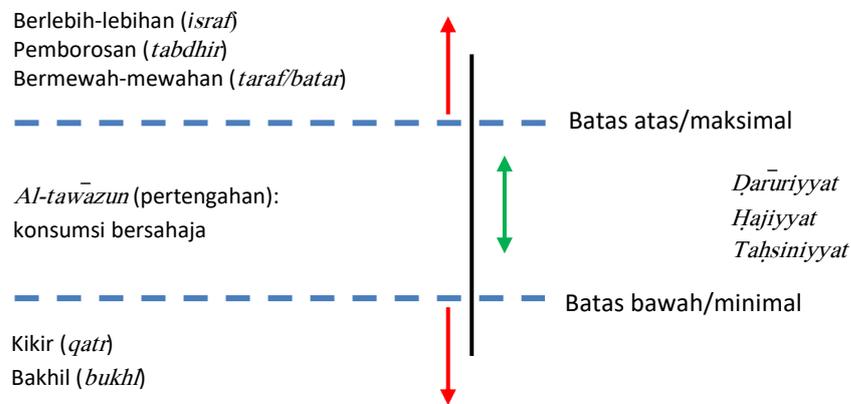
¹⁴ Novi Indriyani Sitepu, *Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia*, dalam *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2, No. 1 Maret (Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala, 2016), 101.

¹⁵ Syaparuddin, *Prinsip-prinsip Dasar Al-Qur'an tentang Perilaku Konsumsi*, dalam *Jurnal Studi Keislaman Ulumuna*, Vol. 15, No. 2 Desember (Mataram: IAIN Mataram, 2011), 363.

dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam (*mustawa al-kifāyah*). 4) Memperhatikan prioritas konsumsi antara darurat, hajiyat dan takmiliyat. Selain itu, konsumsi dan perilaku konsumsi dalam Islam hendaklah memenuhi azas maslahat dan manfaat (yang sejalan dengan nilai *maqāṣid al-sharī'ah*), azas kemandirian, azas kesederhanaan, dan azas sosial.¹⁶

Berada di Pertengahan (*al-Tawāzun/Seimbang*)

Al-Qur'an menggambarkan sikap konsumsi yang baik adalah tidak berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta benda dan tidak pula kikir, melainkan pertengahan di antara keduanya (Q.S. al-Furqān [25]: 67). Pertengahan di sini dapat dimaknai sepadan dan proporsional atau seimbang, dalam pengertian tidak besar pasak daripada tiang. Islam menganjurkan untuk menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam (*mustawa al-kifāyah*). *Mustawa al-kifāyah* adalah ukuran, batas maupun ruang gerak yang tersedia bagi konsumen muslim untuk menjalankan aktivitas konsumsi. Di bawah *mustawa al-kifāyah*, seseorang akan terjerembab pada kebakhilan, kekikiran, kelaparan hingga berujung pada kematian. Sedangkan di atas *mustawa al-kifāyah* seseorang akan terjerumus pada tingkat yang berlebih-lebihan (*israf, tabdhir, dan taraf*). Kedua tingkatan ini dilarang di dalam Islam.



Gambar 1. Ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam (*mustawa al-kifāyah*)

Ahli *uṣūl fiqh* menggolongkan prioritas pemenuhan kebutuhan dalam tiga level: *darūriyyat, hajiyyat, dan taḥsiniyyat*. *Darūriyyat* adalah kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika luput dari kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. *Darūriyyat* ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Jika rusak, maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar. *Darūriyyat*

¹⁶ Jenita dan Rustam, *Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam*, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, Vol. 2, No. 1 Januari-Juni (Padang: UIN Imam Bonjol, 2017), 83.

diklasifikasikan ke dalam lima unsur pokok yang dikenal dengan *al-kulliyat al-khamsah*, yaitu penjagaan terhadap agama (*ḥifḍ al-dīn*), penjagaan terhadap jiwa (*ḥifḍ al-nafs*), penjagaan terhadap akal (*ḥifḍ al-'aql*), penjagaan terhadap keturunan (*ḥifḍ al-nasl*), dan penjagaan terhadap harta benda (*ḥifḍ al-māl*).¹⁷ Kelima kebutuhan tersebut tidak sama penting, melainkan meliputi tiga tingkatan, yaitu: 1) Tingkat di mana lima elemen pokok di atas dilindungi dengan baik; 2) Tingkat di mana lima elemen pokok di atas dilengkapi untuk memperkuat keberadaannya; dan 3) Tingkat di mana lima elemen pokok di atas secara sederhana diperoleh dengan lebih baik.¹⁸

Hajiyat adalah segala sesuatu yang oleh hukum syara' tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan, dan *ikhṭiyat* (berhati-hati) terhadap lima hal pokok tersebut. Sedangkan *taḥṣiniyyat* adalah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok di atas serta tidak pula menimbulkan kesulitan. *Taḥṣiniyyat* sifatnya untuk memelihara kebagusan dan kebaikan budi pekerti serta keindahan saja. Sekiranya *taḥṣiniyyat* tidak dapat diwujudkan dalam kehidupan tidak akan menimbulkan kesulitan dan kegoncangan serta rusaknya tatanan kehidupan manusia.¹⁹

Prioritas Kebutuhan Berdasarkan Prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah

Maqāṣid al-sharī'ah merupakan tujuan dibalik ditetapkannya hukum atau aturan dalam agama Islam. *Sharī'ah* merupakan suatu sistem etika dan nilai-nilai moral yang melingkupi semua aspek kehidupan (seperti sosial, politik, dan ekonomi). Karena syariah ditujukan untuk seluruh umat, maka dasar *maqāṣid al-sharī'ah* adalah untuk mencapai kemaslahatan (*maṣlahah*) dan menghindari kerusakan (*mafsadah*).

Kemaslahatan manusia terdiri dari beberapa hal yang bersifat *ḍarūriyyat* (kebutuhan pokok), *ḥājīyyat* (kebutuhan sekunder), dan *taḥṣiniyyat* (kebutuhan primer). Jika *ḍarūriyyat*, *ḥājīyyat*, dan *taḥṣiniyyat* telah terpenuhi, berarti telah nyata kemaslahatan manusia. Jika kebutuhan *ḍarūriyyat* tidak terpenuhi, maka akan merusak keharmonisan

¹⁷ Beberapa ahli menambahkan unsur ke enam, yaitu penjagaan terhadap kehormatan (*ḥifḍ al-ird*). Jasser Auda, *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law-A Systems Approach* (London: The International Institute of Islamic Thought, 2007), 2.

¹⁸ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 154.

¹⁹ Konsep keperluan dasar dalam Islam sifatnya tidak statis, artinya keperluan dasar pelaku ekonomi bersifat dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat. Pada tingkat ekonomi tertentu sebuah barang yang dulu dikonsumsi akibat motifasi keinginan, pada tingkat ekonomi yang lebih baik barang tersebut telah menjadi kebutuhan. Dengan demikian parameter yang membedakan definisi kebutuhan dan keinginan tidak bersifat statis, namun bergantung pada kondisi perekonomian serta ukuran *maṣlahah*. Dengan standar *maṣlahah*, konsumsi barang tertentu dapat saja dinilai kurang berkenan ketika sebagian besar masyarakat dalam keadaan susah. Karena itu etika yang berdasarkan nilai-nilai Islam sebagai asas dasar dalam mengukur tingkat perilaku konsumsi masyarakat harus diprioritaskan. Elvan Syaputra, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin*" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Falah*, Vol.2, No. 2 Agustus (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017), 152.

kehidupan manusia. Jika kebutuhan *ḥājīyyat* tidak terpenuhi, maka akan menimbulkan kesulitan. Kebutuhan *taḥsīniyyat* dibutuhkan karena dapat membiasakan manusia kepada kebiasaan-kebiasaan yang paling baik. Namun jika ternyata pada praktik *taḥsīniyyat* menimbulkan kemudharatan, maka harus segera dihentikan dan ditinggalkan. *Taḥsīniyyat* tidak berarti dipelihara jika dalam pemeliharannya itu terdapat kerusakan bagi *ḥājīyyat*. Demikian pula, *ḥājīyyat* dan *taḥsīniyyat* tidak berarti dipelihara jika dalam pemeliharaan salah satunya terdapat kerusakan bagi *ḍarūriyyat*.

Konsumsi memiliki urgensi sangat penting dalam semua kegiatan ekonomi, karena manusia tidak dapat hidup tanpa konsumsi. Oleh karena itu konsumsi dan seluruh kegiatan ekonomi harus mengarah pada nilai-nilai Islam, meskipun konsumsi sangat sensitif untuk dibahas. Islam mengajarkan untuk menerapkan prioritas konsumsi sesuai kebutuhan, yaitu berdasarkan *maqāṣid al-sharī'ah*.

Tabel I. Prioritas Kebutuhan Manusia Berdasarkan Maqāṣid al-Sharī'ah

	<i>Hifd al-dīn</i>	<i>Hifd al-nafs</i>	<i>Hifd al-'aql</i>	<i>Hifd al-nasl</i>	<i>Hifd al-māl</i>
<i>Darūriyyat</i>	1	2	3	4	5
<i>Hājīyyat</i>	6	7	8	9	10
<i>Taḥsīniyyat</i>	11	12	13	14	15

Tabel tersebut merupakan pedoman dalam menempatkan prioritas kebutuhan sesuai dengan *maqāṣid al-sharī'ah* (urutan prioritas sesuai dengan penomoran).²⁰ Misal, Shalat Jumat di masjid adalah kebutuhan *ḍarūriyyat* untuk penjagaan terhadap agama (1). Lampu atau penerangan masjid merupakan kebutuhan *ḥājīyyat* (6), karena jika tidak ada akan menimbulkan kesulitan meskipun tidak sampai merusak kehidupan. Sedangkan ukiran/hiasan di dinding masjid, jam dinding, karpet merupakan kebutuhan *taḥsīniyyat* yang berfungsi memperindah (11).

Kebutuhan *ḍarūriyyat* untuk penjagaan terhadap agama merupakan prioritas utama. Berikutnya adalah penjagaan terhadap jiwa (2), misal berobat ketika sakit parah. Olahraga juga merupakan penjagaan terhadap jiwa, namun tidak tergolong *ḍarūriyyat* melainkan *ḥājīyyat* (7). Asuransi jiwa juga merupakan penjagaan terhadap jiwa, namun bukan lagi *ḥājīyyat* apalagi *ḍarūriyyat*, melainkan *taḥsīniyyat* (12).

Prioritas berikutnya adalah penjagaan terhadap akal, misal sekolah. Sekolah merupakan kebutuhan *ḍarūriyyat* untuk menjaga akal (3). Artinya, tidak benar jika dalam suatu masyarakat telah mempunyai masjid yang mewah (11) jika ternyata dalam masyarakat tersebut masih terdapat anak yang tidak bisa sekolah karena faktor biaya (3). Penjagaan terhadap akal yang tergolong *ḥājīyyat* (8) misalnya kuliah magister, sedangkan kuliah doktor tergolong *taḥsīniyyat* (13).

Prioritas berikutnya lagi adalah penjagaan terhadap keturunan (4). Mempunyai anak merupakan bentuk penjagaan terhadap keturunan. Namun, terhadap wanita yang

²⁰ Tabel Prioritas Kebutuhan Manusia Berdasarkan *Maqāṣid al-Sharī'ah* tersebut dibuat berdasarkan catatan dari Dr. K.H. Ahmad Imam Mawardi, M.A., yang disampaikan dalam kuliah *Qawā'id Fiqh* di Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya pada Desember 2015.

sakit, jika ternyata dengan mempunyai anak akan mengancam keselamatan nyawa, maka diperbolehkan dengan sengaja tidak mempunyai anak. Karena penjagaan terhadap jiwa (2) lebih diprioritaskan daripada penjagaan terhadap keturunan (4).

Prioritas terakhir adalah penjagaan terhadap harta. Harta menurut Islam adalah sesuatu yang kita gunakan dan kita sedekahkan (5). Sertifikat hak milik merupakan bentuk penjagaan terhadap harta yang tergolong *ḥājīyyat* (10). Sedangkan koleksi barang mewah merupakan bentuk penjagaan terhadap harta yang tergolong *taḥṣīniyyat* (15). Artinya, dalam sebuah keluarga, tidak benar jika seorang ibu masih memiliki simpanan perhiasan namun pendidikan anak tidak diperhatikan dengan baik. Tidak benar pula jika seorang ibu masih memiliki simpanan perhiasan namun kebutuhan gizi anak tidak dicukupi. Karena penjagaan terhadap jiwa (pemenuhan gizi) lebih utama dibandingkan penjagaan terhadap harta (investasi).

Contoh lain adalah dalam hal berpakaian. Sebenarnya, pakaian adalah kebutuhan *ḍarūriyyat* yang harus dipenuhi. Tidak mungkin manusia tidak berpakaian. Namun, dalam masyarakat, seringkali kita melihat begitu bersemangatnya belanja pakaian hanya untuk tampil *fashionable*. Meskipun yang dibeli adalah *gamis syar'i* yang menutup aurat, tapi jika di lemari masih banyak pakaian yang pantas, dengan membeli lagi dengan niat *stylish* artinya sudah tergolong boros (*tabdhir*). Apalagi jika membeli berkali-kali dengan harga selangit, dikuatkan telah masuk dalam kategori *israf* (berlebih-lebihan). Padahal *tabdhir* dan *israf* sangat tidak dianjurkan dalam Islam. Al-Qur'an secara terang-terangan melarang menghambur-hamburkan harta secara boros dan menyebut bahwa pemboros adalah saudara setan (Q.S. al-Isrā' [17]: 26-27). Al-Qur'an juga menyebut bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan/*israf* (Q.S. al-A'rāf [7]: 31).

Dalam berkonsumsi dan memenuhi kebutuhan, hendaknya tidak menyalahi prioritas. Menyalahi prioritas misalnya adalah ketika para wanita tiap hari berganti-ganti mengenakan pakaian modis lengkap dengan perhiasan, tapi tidak bersegera menyelenggarakan pendidikan agama yang lebih bagus. Banyak juga dijumpai masyarakat berlomba-lomba membuat masjid yang megah, tapi tidak berlomba-lomba mengentaskan kemiskinan. Meskipun atas nama agama, tetap ada prioritas tentang mana yang harus didahulukan. Bahkan, meskipun berniat ibadah, tidak benar pergi 'umrah jika tetangga masih ada yang kelaparan, apalagi jika 'umrah telah dilakukan berkali-kali dengan niat yang tidak lurus. Memberi makan tetangga yang kelaparan, membawa berobat saudara yang sakit parah, merupakan penjagaan terhadap jiwa (2) sedangkan 'umrah meskipun merupakan penjagaan terhadap agama, bukan merupakan ibadah wajib (tidak pada prioritas *ḍarūriyyat*).

SIMPULAN

Islam mengenalkan *maqāṣid al-sharī'ah* sebagai patokan dalam berkonsumsi dan memenuhi kebutuhan. Konsumsi berdasarkan kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* adalah konsumsi yang mengutamakan kebutuhan, bukan keinginan. Konsumsi yang mengoptimalkan *maṣlaḥah*, bukan *utility*. Serta konsumsi yang berada dalam keseimbangan (*al-tawāzun*), yaitu tidak bermewahan (*taraf*), boros (*tabdhir*), apalagi berlebihan (*israf*) serta tidak pula terlampau hemat sehingga menimbulkan sifat kikir (*qatr*) dan bakhil (*bukhl*). Prinsip *maqāṣid al-sharī'ah* adalah untuk mencapai kemaslahatan (*maṣlaḥah*) dan

menghindari kerusakan (*mafsadah*). *Maqāṣid al-sharī'ah* menggolongkan kebutuhan dalam tiga level, yaitu kebutuhan *ḍarūriyyāt*, *ḥajjiyyāt*, dan *taḥsiniyyāt* yang berfungsi melakukan penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. □

DAFTAR PUSTAKA

- Dian Rakyat. 2005. *Pembangunan Berperspektif Gender : Laporan Penelitian Kebijakan Bank Dunia*. Jakarta : Dian Rakyat.
- A.H.P.K. Putra, Sayhnur Said, dan Sabri Hasan. 2017, *Pengaruh Karakteristik Toko dan Produk bagi Konsumen di Indonesia terhadap Pembelian Impulsif*, dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2. Malang: Universitas Merdeka Malang.
- Abdurrohman Kasdi, 2013, *Tafsir Ayat-ayat Konsumsi dan Implikasinya terhadap Pengembangan Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Equilibrium*, Vol. 1, No. 1 Juni. Kudus: STAIN Kudus, 2013.
- Aprilia Eka Sari, 2014, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan* dalam *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 8, No. 1 Mei. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Eko Sutriyanto, 2018, *Konsumerisme Sudah Menjadi Budaya dan Jadi Persoalan Serius* dalam www.tribunnews.com/23-Oktober-2017/ diakses 31-Maret-2018.
- Elvan Syaputra, 2017, *Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam al-Ghazali dalam Ihya' Ulumuddin* dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Falah*, Vol.2, No. 2 Agustus. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Galuh Nasrullah Kartika, 2016, *Konsep Ekonomi dalam Perspektif al-Qur'an*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora al-Ulum*, Vol. 1, No. 2 April. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan.
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqāṣid al-Sharī'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Jasser Auda, 2007, *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law-A Systems Approach*. London: The International Institute of Islamic Thought.
- Jenita dan Rustam, 2017, *Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam*, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, Vol. 2, No. 1 Januari-Juni. Padang: UIN Imam Bonjol.
- Luqman Fauroni, 2008, *Tafsir Ayat-ayat Tentang Konsumsi (Aplikasi Tafsir Ekonomi al-Qur'an)*, dalam *Millah Jurnal Studi Agama*, Vol. 8, No. 1 Agustus. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Mujetaba Mustafa, 2016, *Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an*, dalam *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah al Amwal*, Vol. 1, No. 2 September. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati.





- Novi Indriyani Sitepu, 2016, *Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia*, dalam *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2, No. 1 Maret. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Syaparuddin, 2011, *Prinsip-prinsip Dasar Al-Qur'an tentang Perilaku Konsumsi*, dalam *Jurnal Studi Keislaman Ulumuna*, Vol. 15, No. 2 Desember. Mataram: IAIN Mataram.
- Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Wiyono, Haryanto, dan Dwi Hastjarja K.B, 2017, *Perilaku Impulse Buying Konsumen Retail*, makalah yang diseminarkan pada *Sustainable Competitive Advantage (SCA)-7*. Purwokerto: FEB Unsoed.
- Yūsuf al-Qarḍāwī, 1995, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Press.

