

## ABSTRAK

Zaki Mirshad, *MOTIVASI KONSUMSI ISLAM VERSUS SEKULER*  
(Studi Komparatif Pemikiran Al-Ghazālī dan Abraham Maslow)

Tesis ini meneliti masalah motivasi konsumsi antara al-Ghazālī dan Abraham Maslow. Motivasi perilaku konsumsi dilakukan seorang individu yang mana bisa mengarah pada pemenuhan kebutuhan (*needs*) atau pemenuhan keinginan (*wants*). Keinginan berbeda dengan kebutuhan, keinginan bersifat tidak terbatas dan bahkan bisa tidak sejalan dengan rasionalitas dan sedangkan konsumsi yang berlandaskan kebutuhan bersifat terbatas dan segera karena menyangkut eksistensi manusia. Sehingga dalam pemenuhan kegiatan konsumsi tersebut sangatlah dipengaruhi oleh motivasi yang dimiliki konsumen tersebut.

Model penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dilihat dari jenisnya termasuk penelitian *library research*. Metode penelitian ini adalah dengan melakukan komparatif antara pemikiran al-Ghazālī dan Abraham Maslow mengenai motivasi seorang konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi sehingga dengan menggunakan metode tersebut dimaksudkan agar dapat merekonstruksi dan mereproduksi makna yang terkandung dalam teori masing-masing tokoh.

Hasil dari penelitian ini adalah; *Pertama*, pemikiran ekonomi al-Ghazālī selalu mengedepankan kesejahteraan yang bersifat *maṣlahah* dan pemikiran dari Abraham Maslow juga memprioritaskan kesejahteraan yang bersifat *well-being* yang mana manusia menginginkan kebahagiaan dan kesejahteraan dalam hidupnya, dan untuk inilah ia berjuang dengan segala cara untuk mencapainya. *Kedua*, pandangan ekonomi kapitalis keinginan menjadi motor penggerak konsumsi seseorang yang mana keinginan tersebut identik dengan suatu yang bersumber dari nafsu, sedangkan nafsu manusia bersifat ambivalen, bertentangan antara keinginan yang baik dan tidak baik. Sedangkan dalam pandangan Islam mengenai teori konsumsi dan permintaan didasarkan oleh adanya kebutuhan (*needs*) yang disandarkan *maṣlahah* yang disesuaikan dengan *maqāṣid al-sharī'ah* sehingga kegiatan konsumsi tersebut terukur dan tidak lepas kendali. *Ketiga*, landasan berpikir dari masing-masing tokoh, al-Ghazali dalam model motivasinya berdasarkan kecerdasan intelektual ditambah kecerdasan spiritual atau menggunakan *scientific worldview* dan *Islamic worldview* sedangkan Abraham Maslow hanya berdasarkan kecerdasan intelektual atau *scientific worldview*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Memahami, menganalisis dan membandingkan persamaan, perbedaan dan keunggulan masing-masing dalam model motivasi konsumsi menurut pemikiran al-Ghazālī dan Abraham Maslow. Manfaat dari penelitian ini adalah agar bisa menjadi bahan perbandingan ketika memecahkan suatu perilaku konsumen yang secara substansial dan secara teoritis dalam motivasi konsumsi.

**Kata Kunci:** Motivasi, Konsumsi, al-Ghazālī, Abraham Maslow