

# PERILAKU KONSUMSI ISLAM: KAJIAN KRITIK

*Sirajul Arifin\**

**Abstract:** The consumption behaviour of conventional economic system emphasizing on material satisfaction causes economic imbalances to appear and makes humanitarian values disappear. The concept of *homo economicus* is no longer relevant to the present economic conditions. Therefore, Islam provides a critique of conventional economic theory of consumption. This critique rejects the presence of the building of paradigmatic values based on conventional economic system. In this context, Islam gives a boundary for consumption behaviour that is in accordance with the provisions of Shariah in order to have *homo Islamicus* as a model.

**Kata Kunci :** Perilaku konsumsi, teori ekonomi konvensional, *homo Islamicus*

## 1. Pendahuluan

Konsumsi merupakan kegiatan ekonomi yang penting, bahkan terkadang dianggap paling penting. Dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumsi bukan tanpa nilai tetapi dikonstruksi dan dituntun oleh dua nilai dasar, yaitu rasionalisme dan utilitarianisme. Rasionalisme ekonomi mengandung makna bahwa setiap konsumen mengkonsumsi sesuai dengan sifatnya sebagai *homo economicus*, yaitu konsumen bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self interest*), dimana kalkulasi yang tepat dari setiap perilaku ekonomi untuk meraih kesuksesan selalu diukur dengan capaian materialistik. Oleh karenanya, rasionalisme bermakna

---

\*. Penulis adalah Dosen LAIN Sunan Ampel Surabaya

sebuah usaha pemenuhan kepentingan diri yang selalu diukur dengan berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.

Sedangkan nilai utilitarianisme, yang sering disebut utilitarianisme hedonis, merupakan suatu pandangan yang mengukur benar atau salah (juga baik atau buruk) berdasarkan kriteria “kesenangan” dan “kesusahan”. Sesuatu dianggap benar atau baik ketika sesuatu itu memberikan kesenangan, dan sebaliknya dianggap salah atau buruk jika tidak kuasa menciptakan kesenangan. Dengan dua nilai dasar ini perilaku konsumsi seseorang akan bersifat individualis yang diwujudkan dalam bentuk segala barang dan jasa yang dapat memberikan kesenangan atau kenikmatan yang kemudian disebut dengan kepuasan (*utility*).

Salah satu pendekatan yang populer yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan adalah *indifference curve*. Dalam pendekatan ini, teori konsumsi dibangun atas prinsip-prinsip, antara lain adalah *pertama*, preferensi seorang konsumen dapat dinyatakan dalam suatu *indifference curve*, suatu kurva yang menunjukkan kombinasi benda-benda ekonomi yang dapat dikonsumsi dengan memberikan tingkat kepuasan yang sama. *Indifference curve* memiliki asumsi bahwa benda-benda ekonomi merupakan substitusi yang sempurna antara satu dengan lainnya. Hal ini berarti bahwa semua benda ekonomi akan memiliki nilai yang sama bagi konsumen, tidak ada yang lebih berharga atau lebih penting, dan tidak ada yang dilarang atau dianjurkan sepanjang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi konsumen, *kedua*, kurva tersebut dibangun atas nilai dasar kepuasan (*utility*). Seorang konsumen akan berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal yang ditunjukkan oleh kurva yang semakin bergeser menjauhi titik origin (bergeser ke arah kanan atas). Dengan kata lain, tujuan utama seorang konsumen adalah mencari kepuasan setinggi-tingginya dalam konteks *economic rationalism* di atas. Jenis kualitas dan kuantitas benda ekonomi yang akan dikonsumsi adalah yang dapat memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen, *ketiga*, upaya konsumen untuk mencapai kepuasan maksimal hanya akan dibatasi oleh jumlah anggaran yang dimilikinya. Jumlah anggaran dinyatakan dalam *budget line*, yaitu garis yang menunjukkan kombinasi pilihan benda-benda ekonomi yang dapat dibeli dengan suatu anggaran tertentu. Prinsip ini mengimplikasikan dua hal mendasar, yaitu 1) bahwa batasan konsumsi seseorang hanyalah anggaran

yang dimilikinya. Seseorang dapat mengkonsumsi apa saja sepanjang anggarannya memadai untuk itu. Tidak ada nilai-nilai fundamental lain yang menjadi kendala terhadap perilaku konsumsi, kecuali anggaran, dan 2) bahwa seorang konsumen cenderung menghabiskan anggarannya demi mengejar kepuasan tertinggi yang bisa dicapainya. Jadi, seseorang akan cenderung bersikap boros demi mengejar kepuasan maksimal, dan *keempat*, dalam realitas terdapat dua kemungkinan keadaan seorang konsumen dalam mengalokasikan anggaran untuk mencapai kepuasan, yaitu; 1) dengan anggaran tertentu ia berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal sesuai dengan *budget line*-nya, dan 2) pada tingkat kepuasan yang telah tertentu ia berusaha untuk dipenuhi dengan anggaran minimal dengan menyesuaikan *indifference curve*-nya.

Paradigma dasar yang dikonstruksi dalam kerangka konvensional di atas dipandang tidak paralel dengan nilai-nilai substantif Islam. Dalam Islam, misalnya, ukuran keberhasilan bukan hanya karena keberhasilan material tetapi juga non-material. Kepuasan seseorang bukan semata merujuk pada kepuasan lahir tetapi juga kepuasan batin. Oleh karena itu, maka dalam makalah ini penulis berusaha mengeksplorasi nilai-nilai Islam yang secara fundamental menjadi pijakan dalam perilaku konsumsi Islami dan sekaligus sebagai kritik terhadap perilaku konsumsi konvensional tersebut.

## **2. *Homo Islamicus*: Dasar Perilaku Ekonomi Islam**

Konsep *homo economicus* sebagai model dasar perilaku ekonomi manusia menuai banyak kritik dari kalangan ekonom Muslim. Mereka merasa tidak puas bahkan menolak kehadiran konsep tersebut. Konsepsi ini, menurutnya, tidak memadai untuk menjelaskan dimensi manusia yang jauh lebih luas, tidak sekedar manusia yang tindakan-tindakan ekonominya diarahkan secara mekanis oleh logika ekonomi. Manusia dalam dimensinya yang luas memiliki perspektif yang menjangkau aspek-aspek material dan non-material sehingga semua tindakan ekonominya tidak seharusnya dibatasi oleh dimensi-dimensi material saja sebagaimana yang tampak dalam perilaku *homo economicus*. Karena itulah, ekonom Muslim pun menolak dan menggantinya dengan konsep *homo islamicus* sebagai model dasar perilaku ekonomi yang sesuai dengan fitrah manusia.

Istilah *homo islamicus* merujuk pada perilaku individu yang dituntun oleh nilai-nilai Islam. Ekonom Muslim umumnya memakai istilah ini agar dapat mengkomodasi sifat mulia manusia baik yang mampu dilakukan oleh seorang Muslim atau tidak. Sebab harus diakui bahwa kemusliman seseorang ternyata belum menjamin keutuhannya terhadap ajaran-ajaran Islam, atau dengan kata lain, tidak setiap Muslim telah berperilaku sesuai dengan ajaran-ajaran Islam. Namun tentu saja, idealnya seorang Muslim adalah *homo islamicus* yang sejati, atau potret dari nilai-nilai Islam yang terpraktekkan secara aktual.

Menurut Ibrahim Warde (2000: 44), dasar pijakan yang membedakan pengertian *self-interest* antara ekonomi modern dan ekonomi Islam adalah adanya asumsi sifat altruistik. Bagi dia, Islam sangat memperhatikan kesejahteraan individu maupun sosial dengan mengatakan bahwa setiap orang hendaknya berperilaku altruis dan menyesuaikan semua tindakan ekonominya untuk tunduk dan patuh kepada norma-norma agama. Dengan demikian, teori ekonomi Islam mengacu pada doktrin ini dan menganggap bahwa kemuliaan manusia adalah esensial sehingga *self-interest* dalam motif-motif ekonomi *homo islamicus* bersifat sangat unik.

Terma *nafs* dalam al-Qur'an dapat digunakan untuk memaknai *self-interest* menurut perspektif ekonomi Islam. Ada tiga tingkatan *nafs* dalam diri seseorang, yakni *nafs al-ammarah*, *nafs al-lawwamah*, dan *nafs al-mutma'innah*. Dua tingkatan *nafs* yang pertama tampak mirip dengan konsep *self-interest* ekonomi konvensional, sedangkan tingkatan yang ketiga memberi pengertian yang lebih luas. Tingkatan pertama, *nafs al-ammarah*, merupakan tingkatan *self-interest* yang paling rendah yang *legal shar'inya* dirujuk oleh surat 12 ayat 53 dalam al-Qur'an, "*Dan aku tidak membebaskan diriku (dari kesalahan), karena sesungguhnya nafsu itu selalu menyuruh kepada kejahatan, kecuali nafsu yang dirahmati oleh TuhanKu*". Ayat ini terkait dengan pengakuan istri pembesar Mesir yang telah memfitnah nabi Yusuf karena didorong oleh nafsu (daya tarik biologis) yang menggelora. Al-Sabuni menfasirkan jenis *nafs* ini sebagai *al-nafs al-bashariyah* yang selalu cenderung kepada hasrat-hasrat jasmani /syahwat(al-Shabuni, 1980: II, 57).

Dalam konteks aktifitas ekonomi, hal ini dapat memperluas konsep *nafs al-ammarah* sebagai motif ekonomi yang sangat cenderung kepada capaian kesenangan dan pemuasan nilai guna yang bersifat kebendaan.

Pada tahap ini seseorang baru sampai pada kesadaran semu (hasrat-hasrat hewani) dan menduga bahwa hukum-hukum normatif bukan merupakan sunnatullah yang mendasari seseorang dalam melakukan berbagai macam kegiatan ekonomi. Apabila banyak orang menganggap bahwa *self-interest* dalam praktek-praktek kapitalisme dulu dan sekarang adalah identik dengan pementingan diri sendiri (*selfishness*), keserakahan, dan pemuasan kesenangan tanpa batas, dan barangkali yang dimaksudkan, adalah *self-interest* dalam tingkatan paling rendah ini.

Dalam tingkatan yang kedua, *nafs al-lawwamah*, Allah menggunakan kata *nafs* dalam sumpahnya tentang kepastian hari kiamat dan kaitannya dengan penentuan nasib jiwa seseorang. Allah berfirman “*Dan Aku bersumpah dengan jiwa (nafs) yang amat menyesali (dirinya sendiri)*”. Kata *nafs* ini diklaim sebagai jiwa yang menyesali karena walaupun telah mencapai tingkat yang lebih mulia, namun belum sempurna. Karena itu, kesadaran untuk berbuat kebaikan seringkali juga diikuti oleh perbuatan buruk, sehingga jiwanya selalu dalam keadaan yang resah dan menyesali. *Self-interest* sebagaimana pengertian konvensional tampaknya yang paling tinggi baru mencapai tingkatan kedua, *nafs* ini, sebab walau demikian, telah muncul kesadaran intuitif, seperti empati, pengenalan diri, dan usaha kreatif untuk menyeimbangkan kepentingan diri dengan kepentingan sosial, namun masih didominasi oleh kesadaran material. Para pelaku ekonomi, baik konsumen maupun produsen, belum mampu membebaskan sepenuhnya dari dorongan-dorongan ekonomi yang bersifat pemuasan kesenangan. Oleh karena itu, dalam melihat sejarah ekonomi modern, para kapitalis selalu berusaha menyingkirkan kendala-kendala institusional yang menghambat berlakunya pasar bebas dan perdagangan dunia. Dari sini tampak bahwa *self-interest* bergerak antara dua kutub, kutub *nafs al-ammarah* dan kutub *nafs al-lawwamah*, dan tidak pernah menemukan titik keseimbangan yang stabil.

Adapun tingkatan *nafs* yang terakhir adalah *nafs al-mut}ma’innah*. Tingkatan *nafs (self interest)* tertinggi ini merefleksikan kecenderungan jiwa yang tenang dan suci. Dalam konteks ini Allah menyatakan, “*Hai jiwa yang tenang. Kembalilah kepada Tuhanmu dengan hati yang puas lagi diridhai-Nya*”. Al-Sabuni menafsirkan ayat ini sebagai panggilan penghargaan kepada jiwa yang bersih dan suci saat ajal menjelang sehingga Allah ridla

kepadanya, kemudian menggolongkannya ke dalam hamba-hamba-Nya dan memasukkannya ke surga (al-Shabuni, 1980: III, 559).

Dalam konteks ekonomi, tingkatan *nafs* ini dapat dimaknai sebagai *self-interest* yang telah mencapai kesadaran tawhid sehingga memperoleh tingkat kesempurnaan diri. Pada tahap ini antara *das sein* dan *das solen* tidak lagi terpisah sehingga tindakan-tindakan ekonomi tidak dimasukkan untuk pemuasan kesenangan dunia, namun diarahkan kepada pencapaian *falab*, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itulah, setiap pemuasan *self-interest*, misalnya, maksimasi utilitas tidak lagi didominasi oleh logika-logika ekonomi pragmatis, tetapi diiringi pula dengan cara-cara pencapaian, tujuan dan pemanfaatan yang sesuai dengan ketentuan syari'ah.

Secara substansial *self-interest* berhijrah dari tingkatan paling rendah ke tingkatan paling tinggi, dari tingkatan *nafs al-ammarah* ke tingkatan *nafs al-mutma'innah*. Proses transformasi (*hijrah*) ini terjadi ketika seseorang mengiringi kegiatan ekonominya dengan nilai-nilai *ibsan*, yakni selalu merasa dalam pengawasan Allah sehingga dapat menyesuaikan diri dengan etika dan ketentuan syari'at Islam. Semakin tinggi kesadaran seseorang untuk menyesuaikan orientasi ekonominya dengan nilai-nilai agama, maka derajat *self-interest*nya akan semakin tinggi hingga mencapai tingkat *nafs al-mutma'innah*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa derajat positifisasi nilai-nilai normatif Islam dalam ranah ekonomi akan menentukan tingkat *nafs* dalam kepentingan diri *homo islamicus*.

Oleh karena itu, motif-motif ekonomi seseorang tidak dapat dibatasi hanya kepada pertimbangan pragmatis akal sehat tetapi perlu melihatnya lebih jauh bagaimana ketiga tingkatan *nafs* ini diartikulasikan. Beberapa ayat berikut, yang mengapresiasi proses transformasi *self-interest* dengan menggunakan istilah perdagangan (*tijarah*) sebagai bahasa kiasannya, menunjukkan bahwa al-Qur'an pun memahami masalah ini sebagai sifat manusia yang fitrah. Apresiasi yang pertama adalah al-Qur'an surat 45 ayat 15. Ayat ini menyejajarkan *self-interest* kepada pertimbangan logis dan kesadaran primordial manusia, yakni bahwa kebaikan akan dibalas dengan kebaikan, dan kejahatan juga akan dibalas dengan kejahatan. Sedangkan apresiasi kedua terdapat dalam al-Qur'an surat 61 ayat 10-11. Ayat ini memotivasi manusia untuk bergerak lebih jauh melampaui batas-batas

logika dengan menyebutnya sebagai sebuah perdagangan yang lebih menguntungkan jika *self-interest*nya mau mengikuti tawaran Allah dalam ayat ini. Ayat-ayat tersebut mengintrodusir suatu pemahaman bahwa al-Qur'an menghargai *self-interest* sebagai aspek dasar perilaku manusia. Namun tentu berbeda dengan pemahaman *homo economicus*, kepentingan diri di sini mengakomodir motif ekonomi manusia agar memperoleh kepuasan (*utility*) yang sempurna, yaitu kebahagiaan memperoleh *falab*. Oleh karena itu, sepertinya ayat tersebut tidak perlu lagi dipahami dengan logika *trade-off*, meskipun dalam surat 60 ayat 10-11 Allah menggunakan gaya bahasa penawaran pertukaran. Ayat-ayat itu perlu dipahami dalam konteks bahwa *self-interest* itu harus ditransformasikan kepada tingkatan *nafs* yang paling tinggi. Transformasi dari satu tingkatan ke tingkatan yang lain membutuhkan logika yang berkeselimbangan yang kemudian, dalam konteks ini, dikenal dengan suatu pertimbangan yang matang (pilihan/rasional). Sehingga rasionalitas *homo islamicus* menjadi tak terelakkan dalam suatu perilaku ekonomi, termasuk konsumsi.

Rasionalitas ekonomi dalam Islam diarahkan sebagai dasar perilaku kaum Muslimin yang mempertimbangkan kepentingan diri, sosial, dan pengabdian kepada Allah. Menurut para ekonom Muslim kontemporer, rasionalitas Islam dalam perilaku ekonomi tidak hanya didasarkan pada pemuasan nilai guna atau ukuran-ukuran material lainnya, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek; a) respek terhadap pilihan-pilihan logis ekonomi dan faktor-faktor eksternal seperti tindakan altruis dan harmoni social (Siddiqi, 1992: 42), b) memasukkan dimensi waktu yang melampaui horizon duniawi sehingga segala kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi kepentingan dunia, tetapi juga untuk kepentingan akhirat (Kahf, 1992: 66), c) memenuhi aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam (Khan, 1992: 73), dan d) usaha-usaha untuk mencapai *falab*, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat.

Ide yang menarik mengenai tema ini diberikan oleh Waleed el-Anshory yang meletakkan konsep rasionalitas dalam konteks spiritualitas Islam, yaitu bahwa rasionalitas itu sesungguhnya merupakan perwujudan dimensi jihad dalam ekonomi. Menurutnya bahwa motif-motif utama yang mendorong *homo islamicus* melakukan kegiatan ekonomi adalah kebenaran bukan kebahagiaan atau nilai guna. Hal ini dikarenakan kebahagiaan itu

sendiri dapat dikonfirmasi kepada kebenaran, namun hanya merupakan efek bukan sebab. Dalam situasi seperti ini, *homo islamicus* menyesuaikan diri untuk sampai pada kebenaran bahwa Allah adalah Yang Maha Absolut, selain-Nya adalah relatif, dan semua yang relatif disandarkan kepada Yang Absolut dengan mengintegrasikan segenap aspek kehidupan memusat dalam kesucian. Dengan demikian, segala sesuatu dalam hidup adalah suci menurut Islam dan menuntut setiap orang berperilaku dalam kerangka ini.

Dimensi jihad dalam ekonomi ini merupakan sebuah tatanan baku yang selalu dijaga keberadaannya ketika *homo islamicus* menyadari kebenaran dalam segenap potensi dirinya; kepandaian, kemauan, dan emosi; yang terefleksikan dalam kebijakan perilaku ekonomi. Oleh karena itu, nilai guna hanya dipandang sebagai efek yang secara kontinyu menyertai nilai kebajikan ketika jihad ekonomi ini berhasil menyesuaikan *self-interest* dengan kebenaran. Atas dasar filosofi inilah rasionalitas Islam dalam ekonomi dibangun, sehingga saat ini dapat dipahami mengapa Nabi Muhammad Saw. membiarkan fluktuasi harga tetap mengikuti pasar, sebab Nabi ingin menegakkan kebenaran tanpa menzalimi siapapun.

Jadi, saat ini dapat ditemukan adanya realitas yang unik dalam rasionalitas *homo islamicus*, yaitu bahwa setiap perilaku ekonomi, termasuk konsumsi, tidak hanya menuruti hasrat-hasrat alamiah manusia, tetapi harus didasarkan kepada kebenaran dan kebajikan. Jalan untuk mencapai rasionalitas ini tidak lain adalah mensubordinasikan motif, pikiran, orientasi, kehendak, dan perilaku ekonomi kepada aturan dan moralitas yang ditentukan oleh syari'at Islam. Memang dalam kerangka inilah, moralitas etik merupakan suatu keniscayaan dalam membentuk keseimbangan ekonomi (konsumsi).

Ajaran Islam yang terkait dengan etika konsumsi, seperti kewajiban untuk hanya mengkonsumsi makanan yang halal, larangan *tabdhir* dan berfoya-foya tentu akan berpengaruh secara signifikan terhadap keseimbangan konsumsi. Dengan sendirinya, fungsi obyektif dari konsumsi seorang Muslim berbeda dengan konsumsi orang lain. Sebab bagi Muslim, perilaku konsumsi tidak hanya dimaksudkan untuk memperoleh utilitas pribadi tetapi juga harus menyesuaikan diri dengan keridhaan Allah. Dalam surat 46 ayat 15 Allah menganjurkan agar setiap

Muslim berdoa, “*Ya Tuhanku, tunjukilah aku untuk mensyukuri nikmat Engkau yang Engkau telah berikan kepadaku dan ibu bapakku dan supaya aku dapat berbuat amal saleh yang Engkau ridlai*”.

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, ayat ini menunjukkan bahwa mensyukuri nikmat atas semua karunia Allah dan kemampuan untuk beramal saleh merupakan akhlak yang esensial sehingga konsumsi seseorang Muslim seharusnya dimanifestasikan untuk kedua hal tersebut. Sedangkan dalam bentuk yang lain, amal saleh diwujudkan dengan membelanjakan harta di jalan Allah, seperti zakat, infak, dan sedekah. Dalam Islam, semua bentuk sedekah ini (yang wajib maupun yang sunnah) mempunyai fungsi yang penting karena bagi seorang Muslim konsumsi dapat dilakukan setelah mendermakan sebagian dari pendapatannya. Implikasi kewajiban agama ini mengkonstruksi nilai-nilai selain kepuasan material yang melekat dalam perilaku konsumsi seorang Muslim sehingga harus diperhitungkan dalam pola konsumsi. Ini berbeda dengan perspektif ekonomi modern yang hanya memperhatikan pendapatan sebagai variabel utama, dan menganggap tidak relevannya etika agama sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Dengan demikian, fungsi obyektif yang dibuat atas dasar model keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam meliputi banyak faktor, diantaranya adalah a) memperhatikan amal saleh sebagai faktor untuk mencari keridlaan Allah, b) mengeluarkan sebagian pendapatan untuk zakat, infak, dan sedekah, c) pendapatan sebagai kendala anggaran tidak dibenarkan untuk menerima setiap riba atau tambahan yang diharamkan, dan d) tidak dibenarkan untuk mengkonsumsi komoditas yang diharamkan, seperti makan daging babi, minum khamar, judi, dan sebagainya.

### **3. Perilaku Konsumsi Islam: Sebuah Kritik**

Teori perilaku konsumsi ala konvensional memiliki cara pandang yang berbeda dengan teori perilaku yang dibangun dengan prinsip dasar Islam. Perbedaan yang demikian sekaligus sebagai sebuah kritik Islam terhadap bangunan konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi pondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran konsumsi. Ada tiga prinsip yang mendasari perilaku konsumsi islami, yaitu keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat,

konsep sukses, serta fungsi dan kedudukan harta. *Pertama*, seorang Muslim harus meyakini dengan penuh keimanan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat. Pada hari kiamat manusia akan dibangkitkan dari kematiannya, kemudian menerima kalkulasi pahala dan dosa akibat perilakunya di dunia. Setelah itu manusia akan menjalani kehidupan di surga atau di neraka, sesuai dengan pahala atau dosa yang dimilikinya, yang bersifat kekal dan abadi. Dengan demikian, durasi kehidupan menjadi lebih panjang, tidak hanya terbatas pada kehidupan di dunia, kini dan disini, tetapi juga menjangkau kehidupan setelah mati, kelak dan disana. Keyakinan teologis ini, secara fundamental, berimplikasi terhadap perilaku konsumsi, yaitu 1) pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan untuk kepentingan dunia dan kepentingan akhirat, dan 2) probabilitas kuantitas jenis pilihan konsumsi cenderung lebih variatif dan lebih banyak, karena juga mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat. *Kedua*, keberhasilan hidup seorang Muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas seseorang, semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran, dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci dalam moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan serta menjauhkan diri dari kejahatan (Siddiqi, 1972: 15-16). Ketaqwaan kepada Allah dicapai dengan menyandarkan seluruh kehidupan hanya karena dan hanya untuk Allah, dan dengan cara yang telah ditentukan Allah. Dalam konteks inilah ketentuan Allah lebih dikenal dengan istilah syari'ah. *Ketiga*, harta merupakan anugerah Allah dan bukan merupakan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk, sehingga harus di jauhi secara berlebihan. Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Disini Islam membuat konsep kepemilikan harta yang berkeadilan. Konsep kepemilikan dalam Islam mungkin sesuatu yang sangat berbeda dengan sistem-sistem ekonomi yang lain. Menurut Sahri Muhammad, Islam tidak mengenal hak kepemilikan mutlak. Dapat dipastikan bahwa kalangan intelektual Muslim memiliki interpretasi yang sama bahwa pemilik mutlak hanyalah Tuhan (Muslehuddin, 1980: 97). Bagi Muslehuddin, kepemilikan pada dasarnya adalah:

“... dari Tuhan, sementara hanya sebagian hak saja, dibawah prasyarat khusus, yang menempel pada manusia sehingga dia perlu memenuhi tujuan Tuhan, yakni tujuan masyarakat dengan bertindak sebagai wakil untuk mereka yang membutuhkan”.

Konsepsi Muslehudin ini memperjelas konsep bahwa Islam tidak menghapus sama sekali hak-hak kepemilikan diri dari seseorang; Islam tentu saja mengakui hak-hak seseorang, sepanjang akuisisi, penggunaan, pelepasan harta “tunduk pada batas-batas yang ditentukan dan dibimbing oleh norma-norma yang telah ditetapkan Allah” (Shiddiqi, 1972: 197). Akuisisi harta, mislanya, harus mempertimbangkan norma syari’ah, yakni cara-cara memperoleh harta menurut hukum sehingga tidak mendegradasi moralitas pemiliknya dan harus menjunjung tinggi keadilan ekonomi. Jika seseorang mendapatkan surplus, dia harus menggunakan surplus itu untuk kebajikan dan kebaikan kesejahteraan masyarakat, dan memberi bantuan kepada orang-orang yang sudah tak mampu menjamin dan memenuhi kebutuhan mereka. Ini dikarenakan Islam tidak memperbolehkan perputaran kekayaan hanya di tangan sedikit orang. Itulah mengapa Islam menerapkan zakat, sedekah, dan solidaritas sosio-ekonomi lainnya. Ini tentu berbeda dengan, katakanlah, “isme-isme” lain yang memperbolehkan kepemilikan harta secara bebas atau sama sekali menghapus kepemilikan individu atau alat produksi. Ketika konsepsi Islam tentang kepemilikan diyakini dan diikuti secara bijaksana, maka perolehan untuk konsumsi dan distribusi pun akan menjadi sesuatu yang bijaksana, bermakna bagi diri dan masyarakat. Sebaliknya, harta juga dapat menjerumuskan kehidupan manusia ke dalam kehinaan jika diusahakan dan dimanfaatkan tidak sejalan dengan ajaran Islam.

Berdasarkan ketiga prinsip di atas, jelas bahwa konsumsi seorang Muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimal sebagaimana dalam terminologi konvensional. Tujuan konsumsi seorang Muslim adalah untuk mencari kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat (*falah fi al-dunya wa al-akhirah*) dalam bingkai moral Islam. Jadi, seorang konsumen Muslim harus mencari *falah* (kesejahteraan) setinggi mungkin sebatas anggaran yang dimilikinya. Kesejahteraan yang dicitakan Islam merupakan wujud konkret dari tujuan syari’ah (*maqasid al-shari’ah*). Tujuan syari’ah, sebagaimana yang dieksplorasi oleh al-Ghazali, mencakup segala

sesuatu yang dianggap perlu untuk melindungi dan memperkaya iman, kehidupan, akal, keturunan dan harta benda. Al-Ghazali meletakkan dasar iman pada deretan awal, karena dalam Islam, iman menjadi unsur pertama dan dominan dalam mengkonstruksi kesejahteraan yang berkecimbangan. Iman meletakkan hubungan manusia pada suatu dasar yang tepat dan memungkinkan manusia dapat berinteraksi dengan sesamanya dalam suatu sikap yang seimbang. Iman juga menjadi garda moral untuk mengalokasikan dan mendistribusikan sumber daya sesuai dengan tata aturan persaudaraan dan keadilan sosio-ekonomi, bahkan menjadi suatu sistem motivasi yang memberikan kekuatan yang mengarah pada tujuan pemenuhan kebutuhan dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil.

Pemenuhan kebutuhan harus dilakukan dalam kerangka hidup sederhana dan, sementara ia harus mencakup kesenangan, ia tidak boleh memasukkan dimensi pemborosan dan kemegahan yang nyata-nyata dilarang Islam. Penekanan pada pemenuhan kebutuhan harus tidak dipahami sebagai pikiran yang timbul kemudian yang disebabkan oleh kajian-kajian kontemporer Barat mengenai masalah ini (Streeten, 1973). Dalam Islam hal ini memperoleh tempat penting dalam fikih dan literatur-literatur Islam sepanjang sejarah peradaban umat Islam. Para ahli fikih sepakat bahwa adalah kewajiban bersama (*fard kifayah*) bagi masyarakat Muslim untuk memperhatikan kebutuhan pokok orang-orang miskin (Hazm, t.t.: VI, 156). Bahkan menurut Syatibi, hal ini adalah *raison d'être* masyarakat itu sendiri (al-Syathibi, t.t.: II, 177). Seluruh ilmuan modern, termasuk Maulana Maududi, Hasan al-Banna, Sayyid Qutb, Mustafa al-Siba'i, Abu Zahrah, Baqir Sadr, dan Yusuf al-Qardawi, juga sepakat dengan hal tersebut.

Selain pilar dasar yang pertama (iman), harta benda al-Ghazali letakkan dalam bagian akhir, karena harta bukan merupakan tujuan itu sendiri. Meskipun keberadaannya sangat urgen dan pokok untuk merealisasikan kesejahteraan manusia, namun harta hanya sebuah alat. Harta tidak dapat mewujudkan tujuan ini kecuali dialokasikan untuk konsumsi secara efisien dan didistribusikan secara adil. Hal ini menuntut keterlibatan moral (iman) dalam pencarian harta dan pengelolaannya. Disinilah konsep korelasional dari berbagai elemen di atas menjadi sebuah konsep yang menjunjung nilai-nilai kesalehan Islam dalam membangun

kesejahteraan manusia. Satu sama lain diikat dalam suatu ikatan yang kuat dan tidak dapat dipisahkan. Namun demikian, ikatan tersebut harus tetap merujuk pada aturan (syari'ah) yang telah menjadi ketentuan Allah.

Dari uraian di atas dipahami bahwa penggerak awal kegiatan konsumsi dalam ekonomi konvensional adalah adanya keinginan (*want*). Seseorang berkonsumsi karena ingin memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap dua realitas keinginan, “baik” dan “buruk”. Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain. Keinginan seringkali tidak selalu paralel dengan rasionalitas, karenanya bersifat tak terbatas dalam kualitas maupun kuantitasnya. Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu yang memang menjadi penggerak utama seluruh perilaku manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka sangat logis jika keinginan manusia satu dengan manusia lainnya juga berbeda. Karenanya, dalam Islam, manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maslahah*) dan bukan kerugian (*madarat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat.

Memanfaatkan (mengonsumsi) barang-barang yang baik dipandang sebagai kebaikan dalam Islam, karena kenikmatan yang diberikan Allah kepada manusia adalah ketaatan kepada-Nya sebagaimana firman Allah kepada Adam dan Hawa, “... dan makanlah barang-barang yang penuh nikmat di dalamnya (surga) sesuai dengan kehendakmu”, dan kepada seluruh umat manusia melalui seruan-Nya dalam al-Qur'an, “Wahai umat manusia, makanlah apa yang ada di bumi dengan cara yang sah dan baik”. Dua ayat ini memberikan petunjuk agar setiap Muslim berusaha mencari kenikmatan dengan tetap mentaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan kenikmatan yang diberikan Allah untuk manusia. Konsumsi dan pemuasan kebutuhan tidak dikutuk dalam Islam selama tidak berdampak negatif dan destruktif. Namun demikian, konsumsi yang berlebihan tidak dibenarkan bahkan dikutuk. Sikap berlebihan, dalam Islam, dikenal dengan istilah *israf* (boros) atau *tabdhir* (menghambur-hamburkan tanpa manfaat).

*Israf*, dalam konteks ini, dimaknai sebagai penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal makanan,

pakaian, atau tempat tinggal, dan lain-lain. Dalam kaitan ini, Islam memberikan tuntunan bahwa jumlah anggaran yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi adalah sebanyak sepertiga dari pendapatan, dan sepertiga lagi dialokasikan untuk tabungan atau kegiatan investasi, serta sepertiga sisanya digunakan untuk keperluan sedekah dan amal sosial lainnya. Batasan yang demikian merupakan batasan alokasi anggaran (*budget*) yang sengaja disetting Islam agar pola konsumsi tidak menyentuh titik keborosan. Jika jumlah yang dikonsumsi melebihi sepertiga dari pendapatan, maka yang demikian dipandang berlebihan (*israf*). Batasan ini jelas berbeda dengan penggunaan anggaran dalam ekonomi konvensional. Keberbedaan ini juga sekaligus sebagai keritik atas penggunaan anggaran yang dikonstruksi dalam ekonomi konvensional. Namun banyak kasus dimana sepertiga dari pendapatan ini jumlahnya pun masih sangat besar, maka jika dikonsumsi semuanya, jumlahnya pasti sangat besar dan oleh karenanya dapat juga dikategorikan *israf*. Secara umum batasan *israf* sangat variatif dan tergantung dari jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin kaya seseorang, maka batas *israf* akan semakin meningkat, walaupun ada batas maksimal pada tingkat tertentu. Sedangkan *tabdhir* berarti memanfaatkan harta dengan cara yang salah dan untuk tujuan yang terlarang, seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum, atau dengan cara yang tanpa aturan. Sehingga konsumsi yang melampaui batas kewajaran, dan ini dikenal dengan “keinginan tak terkendali”, diklaim sebagai *israf* dan tidak disenangi Islam. Konsumsi dan penggunaan harta yang diapresiasi dan dibenarkan Islam adalah konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang (*tawazun*), suatu kondisi antara kikir dan boros, dan karenanya, dikenal dengan istilah “keinginan terkendali”.

Keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan ini dapat disebut sebagai kebutuhan (*need*). Jadi, kita harus membedakan secara tegas antara keinginan dengan kebutuhan ini. Kebutuhan lahir dan hadir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara obyektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya. Jadi, seorang Muslim mengkonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh keman-

faatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupannya. Hal ini merupakan dasar dan tujuan dari syariat Islam sendiri, yaitu *maslahat al-'ibad* (kesejahteraan hakiki manusia), dan sekaligus sebagai cara untuk mendapatkan *salah* yang maksimum.

#### **4. Preferensi Konsumsi yang Islami**

Dalam ekonomi konvensional, satu jenis benda ekonomi, pada dasarnya, merupakan substitusi sempurna bagi benda ekonomi lainnya sepanjang mampu memberikan utilitas yang sama (*indifference curve*). Konsekuensinya, anggaran akan dialokasikan untuk mengkonsumsi apa saja sepanjang utilitasnya maksimum. Tidak ada benda ekonomi yang lebih berharga dari pada benda ekonomi lainnya, yang membedakan adalah tingkat kepuasan yang diperoleh akibat dari mengkonsumsi benda tersebut. Karenanya, benda yang memberikan utilitas lebih tinggi akan menjadi berharga dibandingkan benda yang memberikan utilitas lebih rendah.

Dalam perspektif Islam, antara benda ekonomi yang satu dengan lainnya (yang dapat dipilih untuk konsumsi) bukan merupakan substitusi yang sempurna. Terdapat benda ekonomi yang lebih berharga dan bernilai, sehingga akan diutamakan dibandingkan pilihan konsumsi lainnya. Sebaliknya, terdapat benda ekonomi yang kurang/tidak bernilai, bahkan terlarang, sehingga akan di jauhi. Selain itu, juga terdapat prioritas-prioritas dalam pemenuhannya berdasarkan tingkat kemaslahatan yang dibutuhkan untuk menunjang kehidupan yang islami. Dengan demikian, preferensi konsumsi dan pemenuhannya akan memiliki pola sebagai berikut. *Pertama*, mengutamakan akhirat daripada dunia. Pada tataran paling dasar, seorang Muslim akan dihadapkan kepada pilihan antara mengkonsumsi benda ekonomi yang bersifat dunia belaka (*worldly consumption*) dan yang bersifat ibadah (*ibadah consumption*). Konsumsi untuk ibadah bernilai lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi untuk dunia sehingga keduanya bukan merupakan substitusi sempurna. Konsumsi untuk ibadah bernilai lebih tinggi karena orientasinya kepada *salah* yang akan mendapatkan pahala dari Allah, sehingga lebih berorientasi kepada kehidupan akhirat kelak.

Dalam al-Qur'an dan al-Hadis banyak dijumpai penjelasan bahwa pahala ini akan berwujud surga dimana di dalamnya penuh dengan sarana dan fasilitas bagi pemenuhan kepuasan (*utility*) dan kebutuhan (*need*)

manusia yang sifat, kuantitas dan kualitasnya jauh melebihi dunia. Oleh karenanya, konsumsi untuk ibadah pada hakekatnya adalah konsumsi untuk masa depan, sementara konsumsi duniawi adalah konsumsi untuk masa sekarang. Semakin besar konsumsi untuk ibadah, maka semakin tinggi *falah* yang akan dicapai, demikian sebaliknya, semakin besar konsumsi untuk duniawi, maka semakin rendah *falah* yang dicapainya.

Seorang Muslim yang rasional, yakni orang yang beriman, semestinya akan mengalokasikan anggaran lebih banyak untuk konsumsi ibadah dibandingkan dengan konsumsi duniawi karena tujuan maksimasi *falah*. Dengan maksimasi *falah*, maka ia akan memperoleh utilitas yang jauh lebih bernilai dibandingkan dengan utilitas yang diperoleh di dunia. Sebaliknya, semakin tidak rasional, yaitu semakin kufur, maka akan semakin besar anggaran yang dialokasikan untuk konsumsi duniawi belaka dibandingkan untuk ibadah. Meskipun demikian, konsumsi dunia belaka dalam ukuran yang wajar tentu saja boleh diadakan. Allah memperkenankan hambanya menikmati kekayaan dunia sebagai wujud syukur kepada-Nya dan sekaligus sebagai sarana untuk mendukung ibadah. Bahkan terdapat suatu tingkat konsumsi dunia minimum yang harus diadakan meskipun terpaksa tidak terdapat alokasi konsumsi untuk ibadah. Hal ini terjadi ketika anggaran seseorang sedemikian kecil sehingga hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup minimum.

*Kedua*, konsisten dalam prioritas pemenuhannya. Kebutuhan manusia dalam konsumsi sebenarnya memiliki tingkat urgensi yang tidak selalu sama. Terdapat prioritas-prioritas di antara satu dengan lainnya yang menunjukkan tingkat kemaslahatan dan kemendesakan dalam pemenuhannya. Para ulama telah membagi prioritas ini menjadi *maslaah daruriyah*, *maslahah hajiyah*, dan *maslahah tahsiniah*.

Prioritas pertama, *maslahah daruriyah*, adalah sesuatu yang harus ada untuk mewujudkan kemaslahatan yang terkait dengan dimensi duniawi dan ukhrawi. Apabila hal ini tidak ada, maka akan menimbulkan kerusakan bahkan hilangnya hidup dan kehidupan, seperti makan, minum, salat, puasa dan ibadah-ibadah lainnya (Shatibi, t.t.: II, 7). Menurut Syatibi, kemaslahatan manusia akan terwujud jika lima unsur dasar kehidupan manusia dapat dibangun dan dipelihara, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Pengabaian terhadap kelima unsur pokok tersebut akan

menimbulkan kerusakan di muka bumi serta kerugian yang nyata di akhirat kelak. Pemeliharaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta dapat dilakukan dengan cara memelihara eksistensi kelima unsur itu dalam kehidupan manusia dan melindunginya dari berbagai hal yang merusak. Kelima unsur yang digagas oleh Syatibi—secara istilah (kata yang digunakan, pen.), memang sedikit berbeda dengan yang dieksplorasi oleh al-Ghazali sebagaimana disebut di atas. Pada unsur yang pertama, Al-Ghazali menggunakan istilah iman, sementara al-Syatibi akrab dengan istilah agama (*al-din*). Perbedaan istilah ini bukan berarti sekaligus berimplikasi pada perbedaan makna dan tidak memiliki kaitan, melainkan makna yang dikandung dari keduanya adalah sama dan tetap terkait, yaitu patuh dan tunduk pada Tuhan. Prinsip iman atau agama inilah yang kemudian mendasari dan membingkai elemen-elemen *maqasid* lainnya.

Prioritas kedua, *maslahah hajiyah*, adalah sesuatu yang sebaiknya ada, sehingga dalam melaksanakannya leluasa dan terhindar dari kesulitan. Kalau sesuatu ini tidak ada, maka ia tidak akan menimbulkan kerusakan atau kematian, namun demikian akan berimplikasi pada munculnya *masaqqah* dan kesempitan (Shatibi, t.t.: II, 9). Contoh yang diberikan Syatibi dalam hal muamalat pada bagian ini adalah dimunculkannya transaksi bisnis dalam fikih muamalat, antara lain qirad, musaqah dan salam, serta berbagai aktifitas ekonomi lainnya yang bertujuan untuk memudahkan kehidupan atau menghilangkan kesulitan manusia di dunia (Shatibi, t.t.: II, 5).

Prioritas ketiga, *maslahah tahsiniyah*, adalah sesuatu yang tidak mencapai taraf dua kategori di atas. Hal-hal yang masuk dalam kategori *tahsiniyah* adalah jika dilakukan akan mendatangkan kesempurnaan dalam suatu aktifitas yang dilakukan, dan bila ditinggalkan, maka tidak akan menimbulkan kesulitan. Ilustrasi yang digunakan Syatibi dalam bidang muamalat untuk hal ini adalah dilarangnya jual beli barang najis dan efisiensi dalam penggunaan air dan rumput (Shatibi, t.t.: II, 5).

Dari ketiga prioritas di atas kemudian Syatibi simpulkan, bahwa ada relasi kuat satu sama lain, yaitu; a) *maslahah daruriyah* merupakan dasar bagi *maslahah hajiyah* dan *maslahah tahsiniyah*, b) kerusakan pada *maslahah daruriyah* akan membawa kerusakan pada *maslahah hajiyah* dan *maslahah tahsiniyah*, c) sebaliknya, kerusakan pada *maslahah hajiyah* dan *maslahah*

*tahsiniyah* tidak dapat merusak *maslahah daruriyah*, d) kerusakan pada *maslahah hajiyah* dan *maslahah tahsiniyah* yang bersifat absolut terkadang dapat merusak *maslahah daruriyah*, dan e) pemeliharaan *maslahah hajiyah* dan *maslahah tahsiniyah* diperlukan demi pemeliharaan *maslahah daruriyah* secara tepat.

Dengan demikian, jika dianalisis secara mendalam, dalam usaha mencapai pemeliharaan lima unsur tersebut secara sempurna, ketiga tingkatan masalah itu tidak dapat dipisahkan. Tampaknya bagi Syatibi, tingkat *hajiyah* merupakan penyempurna tingkat *daruriyah*, tingkat *tahsiniyah* merupakan penyempurna bagi tingkat *hajiyah*, sedangkan *daruriyah* menjadi unsur dasar dan determinan bagi kedua unsur lainnya. Untuk dapat memahami nilai serta ide yang terkandung dalam teks-teks otoritatif, dalam hal ini al-Qur'an dan al-Sunnah, tidak dapat dipisahkan terhadap *maqasid al-shari'ah*. Seseorang yang berupaya menderivasikan nilai dan ide tersebut ke dalam dataran praksis, maka tidak akan memberikan efek positif dan kemaslahatan jika ia tidak dapat menginternalisasikan *maqasid al-shari'ah* dalam proses tersebut.

*Ketiga*, memperhatikan etika dan norma Syari'ah Islam memiliki seperangkat etika dan norma yang harus dipegang manakala seseorang berkonsumsi. Beberapa etika ini, misalnya kesederhanaan, keadilan, kebersihan, *halalan tayyiban*, keseimbangan, dan lain-lain.

## 5. Penutup

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi berbasis konvensional yang hanya berorientasi pada pemuasan material tidak memberikan keseimbangan ekonomi dan dipandang tidak paralel dengan nilai-nilai kemanusiaan. Oleh karenanya, Islam mengkritiknya. Kritik ini sekaligus menolak kehadiran nilai pradigmatik bangunan teori konvensional diimplementasikan dalam kegiatan konsumsi terutama bagi konsumen Muslim. Dalam konteks inilah, maka Islam memberikan batasan perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan syari'ah.

## Daftar Pustaka

- Ahmad, S.M. *Economics of Islam*. Lahore: SH. Muhammad Ashraf, 1952.
- el-Anshory, Waleed. "the Spiritual Significance of Jihad in Economics", dalam *American Journal of Islamic Social Sciences (AJISS)*, No. 14, Vol. 2 (1997).
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia dan Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi UII. *Text Book Ekonomi Islam*. Jakarta: BI dan UII, 2007.
- Glasse, Cyril. *the Concise Encyclopedia of Islam*. London: Stacy International, 1989.
- al-Juwayni, 'Abd al-Malik ibn Yusuf Abu al-Ma'ali. *al-Burhan fi Usul al-Fiqh*, jil. 2. Kairo: Dar al-Ansar, 1400 H.
- Kahf, Monzer. "the Theory of Consumption", dalam Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, dan Syed Omar Syed Ali (eds.), *Readings in Microeconomics : an Islamic Perspective*. Selangor: Longman Malaysia SDN, 1992.
- Khadduri, Majid. *the Islamic Concept of Justice*. Baltimore: the John Hopkins University Press, 1984.
- Khan, Muhammad Fahim. "Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective", dalam Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, dan Syed Omar Syed Ali (eds.), *Readings in Microeconomics : an Islamic Perspective*. Selangor: Longman Malaysia SDN, 1992.
- Al-Lababidi. *Islamic Economics : a Comparative Study*. Lahore: Islamic Publications Ltd., 1980.
- Mannan, M.A. *Islamic Economics : Theory and Practice*. Kent: Hodder and Stoughton, 1986.
- Maududi, Abul A'la. *Economic System of Islam*. Lahore: Islamic Publication Ltd., 1984.
- Muslehuddin, Muhammad. *Economics and Islam*. Lahore: Islamic Publication Ltd., 1980.
- Nasr, Seyyed Hossein. *Ideals and Realities of Islam*. London: the Aquarium Press, 1994.
- Nasution, Harun (tim). *Ensiklopedi Islam Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 1992.
- Ramadan, Said. *Islamic Law : the Scope and Equity*. Malaysia: Muslim Youth Movement of Malaysia, 1992.

- al-Sabuni, Muhammad 'Ali *Safwah al-Tafasir*, vol. 2. Beirut: Dar al-Fikr, 1980.
- Safi, Louay M. "Islamic Law and Society", *the American Journal of Islamic Social Sciences*, vol. 7, no. 2, 1990.
- Shatibi, Imam. *al-Muwafaqat fi Usul al-Shari'ah*, juz 2. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah, t.th.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. "Islamic Consumer Behavior", dalam Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, dan Syed Omar Syed Ali (eds.), *Readings in Microeconomics : an Islamic Perspective*. Selangor: Longman Malaysia SDN, 1992.
- . "Muslim Economic Thinking : a Survey of Contemporary Literature", dalam Khurshid Ahmad (ed.), *Studies in Islamic Economics*. Leicester: the Islamic Foundation, 1980.
- . *Some Aspects of the Islamic Economy*. New Delhi: Markaz Maktabah al-Islami, 1972.
- . *Some Aspects of the Islamic Economy*. Lahore: Islamic Publication Ltd., 1982.
- Streeten, Paul. "a Basic Needs Approach to Economic Development", dalam Kenneth P. Jameson dan Charles K. Wilker (ed.), *Directions in Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press, 1973.
- Tim UII. *al-Qur'an dan Tafsirnya*, jil. 10. Yogyakarta: UII, 1995.
- Warde, Ibrahim. *Islamic Finance ini the Global Economy*. Edinburg: Edinburg University Press, 2000.
- [www.yusdani.com](http://www.yusdani.com).