

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk memenuhi segala kebutuhan, setiap hari kita membuat sejumlah keputusan mengenai bagaimana mengalokasikan sumber daya yang dimiliki. Misalnya, pada persoalan pengaturan waktu, kita harus memilih penggunaannya dengan tepat. Kapan waktu untuk bangun tidur, makan atau untuk membaca buku harus diatur. Kita juga harus memilih penggunaan uang kita untuk membeli barang dan jasa yang kita butuhkan. Teori pilihan (*theory of choice*) dalam ilmu ekonomi dimulai dengan menjelaskan preferensi (pilihan) seseorang.¹ Preferensi ini meliputi pilihan dari pilihan yang sederhana sampai yang kompleks, untuk menunjukkan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati segala sesuatu yang ia lakukan. Dalam menentukan pilihan, kita harus menyeimbangkan antara kebutuhan, preferensi dan ketersediaan sumber daya yang dimiliki. Salah satu model preferensi individu adalah konsep utilitas (*utility*).²

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya.³ Sehingga, motif memperoleh kepuasan itu membawa pada perbedaan

¹Walter Nicholson, *Mikro Ekonomi Intermediate dan Aplikasinya*, terj. Ign Bayu Mahendra dan Abdul Aziz (Jakarta: Erlangga, 2002), 57.

²*Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau menguntungkan (*advantage*). Sedangkan dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang/jasa. Lih. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 127.

³Richard A Bilas, *Teori Mikro Ekonomi*, terj. Gunawan Hatauruk (Jakarta: Erlangga, tt), 37.

keputusan pengalokasian sumber daya. Hal itu semua akibat dari tingkat kebutuhan seseorang yang berbeda.

Kebutuhan adalah senilai dengan keinginan. Dimana keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan (*satisfaction*). Dalam perspektif Islam, kebutuhan ditentukan oleh konsep *masalah* (mengandung manfaat dan etika), sesuai dengan tuntunan *maqasid al-Shari'ah* yang akan membawa pada barakah. Asumsi ini berangkat dari realitas bahwa pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dari kerangka *maqasid al-Shari'ah*.⁴

Dengan berdasarkan pada konsep agama tersebut, perilaku konsumen dalam ekonomi Islam dituntut untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *masalah* maksimum. Persoalan *masalah* menjadi pertimbangan utama dalam setiap perilaku ekonomi. Di dalam al-Qur'an Allah juga menegaskan tentang aturan utama dan pertama tentang konsumsi, sebagaimana dijelaskan dalam QS. *al-Baqarah*: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ. إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”⁵

⁴M. Umer Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi: Perspektif Islam*, terj. Ikhwan Abidin (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 25.

⁵al-Qur'an, 2 (al-Baqarah): 168.

Dari firman Allah swt tersebut jelas bahwa yang diinginkan oleh Islam adalah bagaimana perilaku konsumen lebih mempertimbangkan kemaslahatan (halal dan baik) dalam memilih barang dan jasa. Dalam konsep Islam ada *maslahah* dan *mafsadah*. Jadi, yang diinginkan adalah menghindari dari *mafsadah* dan kemudian memilih kemaslahatan. Artinya, konsumen disamping memilih sesuatu yang memiliki nilai *utility* juga mengandung kemaslahatan. Keduanya diharapkan terkandung di dalam sebuah keputusan konsumen. Sehingga, pertimbangan humanitas juga akan secara otomatis masuk di dalamnya. Islam tidak menginginkan seseorang menjadi individualis, sebab manusia adalah makhluk sosial.

Masyarakat Indonesia dewasa ini sedang berada dalam cengkeraman budaya konsumerisme. Semua lapisan masyarakat tanpa mengenal batas usia dan strata sosial sudah terbawa oleh derasnya arus konsumerisme yang sedang menjajah masyarakat kita, mereka hanya melihat barang sebagai alat pemuas saja tanpa memperhatikan skala prioritas. Sehingga tidak mengherankan jika berbagai jaringan ritel asing banyak bermunculan di Indonesia. Segala macam dan bentuk makanan, perhiasan, *fashion*, telepon seluler, elektronik dan barang-barang lainnya, dari harga yang paling mahal sampai harga yang paling murah telah menjadi *lifestyle* dan *trend* dewasa ini. Banyaknya produk Cina yang menggempur sektor dagang di Indonesia dengan menawarkan berbagai macam produknya yang murah membuat masyarakat kita tergiur untuk membelinya. Masyarakat Indonesia tidak lagi melihat kualitas dari barang tersebut, tetapi yang dilihat adalah harga jual

yang ditawarkan sangat murah bila dibandingkan dengan produk luar lainnya bahkan produk lokal sendiri. Bahkan gempuran produk impor tersebut mengancam salah satu perusahaan elektronik terbesar di Indonesia, yaitu Maspion Group.

Terlepas dari buruknya budaya konsumerisme di Indonesia, di satu sisi dengan berkembangnya budaya ini akan menyebabkan melonjaknya *demand*, dan jika *demand* naik, maka yang terjadi adalah tingginya produktifitas. Hal ini baik untuk kelangsungan hidup perekonomian suatu negara. Akan tetapi yang menjadi masalah adalah apabila barang-barang yang dikonsumsi tersebut adalah bukan produk dalam negeri.

Konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, disebut dalam Islam dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabdhi'* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam QS. *al-A'raf* ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ.

Artinya:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”⁷

Selanjutnya Allah berfirman dalam QS. *al-Maidah* ayat 87:

⁶Imam Syafi'i memberikan pernyataan bahwa *tabdhi'* adalah membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak dibenarkan. Jumhur ulama berpendapat bahwa jika di dalam hal kebaikan tidak ada istilah *mubadhah*, akan tetapi barang siapa yang membelanjakan hartanya demi nafsu belaka dan melebihi kebutuhannya sampai hartanya habis, maka ia termasuk kategori pemboros. Lih. Maktabah Shamilah al-Islah 2,8, *al-Tafsir: al-Jami' li Ahkam al-Qur'an li al-Qurthubi*, vol. 1, 3262.

⁷al-Qur'an, 7 (al-A'raf): 31.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا. إِنَّ
اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ.

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas."⁸

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat-ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar dan tidak berlebihan agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik.

Hal ini berbeda dengan teori ekonomi konvensional. Di dalam teori ekonomi konvensional dijelaskan bahwa kepuasan (*utility*), seperti memiliki barang/jasa, adalah untuk memuaskan keinginan manusia. Kepuasan (*satisfaction*)⁹ ditentukan secara subyektif. Tiap-tiap orang memiliki atau mencapai kepuasannya menurut ukuran atau kriterianya sendiri. Hal ini kerap kali menafikan kepentingan sosial.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya (*resources*) yang dimilikinya. Makanya, dalam teori konsumsi konvensional, setiap konsumen akan memilih suatu barang tergantung seberapa besar kepuasan yang diberikan oleh barang tersebut.

⁸Ibid., 5 (al-Maidah): 87.

⁹Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai juga sebagai rasa "tertolong" dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. Karena adanya rasa inilah, maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan seorang konsumen dalam mengonsumsi suatu barang. Jadi, utilitas dianggap sama dengan kepuasan, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas. Lih. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 127.

Rasionalnya, konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Nilai guna (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari *income* konsumen dan ketersediaan barang dipasar.
3. Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat.

Pengaplikasian dari ketiga poin tersebut akan berbeda dikalangan muslim dan non muslim. Pada tingkat pendapatan tertentu, konsumen Islam, karena memiliki alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat, akan mengkonsumsi barang lebih sedikit daripada non-muslim. Hal yang membatasinya adalah konsep *maslahah* tersebut di atas. Tidak semua barang/jasa yang memberikan kepuasan (*utility*) mengandung *maslahah* di dalamnya, sehingga tidak semua barang/jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam membandingkan konsep kepuasan dengan pemenuhan kebutuhan (yang terkandung di dalamnya *maslahah*), perlu dipertimbangkan akan adanya tingkatan-tingkatan tujuan hukum shara' yakni antara *dharu'iyah*, *tahsinu'iyah* dan *hajiyah*.

Ilmu ekonomi konvensional tampaknya tidak membedakan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Karena keduanya memberikan efek yang sama bila tidak terpenuhi, yakni kelangkaan. Sedangkan dalam konsep ekonomi Islam keduanya dipandang berbeda. Keinginan terhadap suatu barang/jasa belum tentu menjadi kebutuhan. Dan kebutuhan juga tidak mesti sejalan dengan keinginan.

Dalam kaitan ini, Imam al-Ghazali¹⁰ telah membedakan dengan jelas antara keinginan dan kebutuhan. Ini berangkat dari akar kata keduanya dalam bahasa Arab. Keinginan dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *raghbah* dan *shahwat*, sedangkan kebutuhan dibahasakan dengan kata *hajat*. Dalam bahasa Inggris pun demikian. Ada istilah *needs* (kebutuhan) dan *wants* (keinginan). Sesuatu yang tampaknya agak sepele tetapi memiliki konsekuensi yang amat besar dalam ilmu ekonomi. Dari pemilahan antara keinginan dan kebutuhan, akan sangat terlihat betapa bedanya ilmu ekonomi Islam dengan ilmu ekonomi konvensional.

Menurut Imam al-Ghazali¹⁰ kebutuhan (*hajat*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Kita melihat misalnya dalam hal kebutuhan akan makanan dan pakaian. Kebutuhan makanan adalah untuk menolak kelaparan dan melangsungkan kehidupan, kebutuhan pakaian untuk menolak panas dan dingin.¹⁰ Pada tahapan ini mungkin tidak bisa

¹⁰Abu Hamid al-Ghazali¹⁰ *Ihya' Ulum al-Din*, juz III (Beirut: Dar Ma'rifah, tth), 221.

dibedakan antara keinginan (*shahwat*) dan kebutuhan (*hajat*) dan terjadi persamaan umum antara *homo economicus* dan *homo Islamicus*.

Namun, manusia harus mengetahui bahwa tujuan utama diciptakannya nafsu (ingin) makan adalah untuk menggerakkannya mencari makanan dalam rangka menutup kelaparan, sehingga fisik manusia tetap sehat dan mampu menjalankan fungsinya secara optimal sebagai hamba Allah yang beribadah kepada-Nya. Di sinilah letak perbedaan mendasar antara filosofi yang melandasi teori permintaan Islami dan konvensional. Islam selalu mengaitkan kegiatan memenuhi kebutuhan dengan tujuan utama manusia diciptakan. Manakala manusia lupa pada tujuan penciptaannya, maka esensinya pada saat itu tidak berbeda dengan binatang ternak yang makan karena lapar saja. Ada pertimbangan-pertimbangan ukhrawi yang mendasari setiap gerak dalam kehidupan. Islam tidak menginginkan manusia hanya bergerak berdasarkan pada pertimbangan dunia yang fana. Jadi, sebagai umat beragama, nilai-nilai ketuhanan terus menjadi pijakan setiap aktivitas keseharian.

Dengan hal itu menjadi jelas bahwa teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan shari'ah Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, termasuk juga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Di sinilah letak urgensi tema ini untuk diteliti. Sebab, harus disadari, pada saat ini masyarakat muslim mulai mengabaikan aspek *masalah* dalam setiap perilaku konsumsinya.

Penafian terhadap aspek *maslahah* itu membawa kekeringan nilai-nilai ketuhanan dalam kegiatan ekonomi kontemporer. Oleh sebab itu, persoalan itu akan diteliti biar lebih terlihat kepermukaan bahwa Islam memiliki konsep *utility* berbeda dengan konsep ekonomi konvensional yang ada selama ini. Tetapi, pembahasan tentang kemaslahatan dalam perilaku konsumsi di sini akan lebih fokus pada pemikiran yang dilontarkan imam al-Ghazali. Pilihan ini didasarkan pada kenyataan bahwa al-Ghazali dipandang otoritatif dalam pembahasan tentang *utility*. Ia kerap kali dijadikan tolak ukur teori *maslahah*, sebab ia adalah *founding father* konsep *maslahah* dalam dunia Islam.

Dengan konsep *maslahah* yang dilontarkan al-Ghazali di dalam karyanya, *Ihya' Ulum al-Din*, tersirat kekhawatiran al-Ghazali akan perilaku ekonomi yang tidak sejalan lagi dengan konsep agama Islam. Kekhawatiran itu benar-benar terjadi pada saat ini di mana umat Islam tidak lagi mempertimbangkan hal-hal yang bersifat ukhrawi. Kegiatan ekonomi semuanya bertumpu pada kepentingan-kepentingan pragmatis. Ini terjadi akibat pengaruh epistemologi Barat yang cenderung pada kapitalisme dan materialisme. Epistemologi yang kemudian meracuni pola pikir manusia ini tidak bisa dielakkan lagi membentuk peradaban tersendiri pada era kontemporer. Bagaimanapun gempuran peradaban yang bertentangan dengan konsep Islam ini harus dilawan, termasuk diranah ekonomi.

Oleh karena itu, ditengah-tengah perilaku ekonomi konsumtif yang memperhatikan itulah, konsep *maslahah* al-Ghazali menjadi sebuah keniscayaan untuk dikupas secara detail. Konsep *maslahah* itu akan menjadi

konsep yang akan mengupas bagaimana *utility* dalam konsumsi itu seharusnya dipraktikkan. Sehingga, tampak dengan nyata poin penting dalam *utility* yang juga perlu dipertimbangkan, yaitu kemaslahatan. Makanya, al-Ghazali> melontarkannya beberapa abad yang lalu, jauh sebelum dunia memasuki era modern. Al-Ghazali> menginginkan *utility* (nilai guna/kepuasan) dalam perilaku konsumen harus tetap berpedoman kepada konsep agama. Sebab, Islam telah memberikan pedoman lengkap tentang aktifitas kehidupan ini, termasuk persoalan ekonomi.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana model *utility* dalam teori konsumsi kontemporer yang mendasari bangunan perilaku konsumen?
2. Bagaimana pemikiran al-Ghazali> tentang konsep *maslahah* konsumsi dalam sistem perekonomian Islam?
3. Bagaimana relevansi konsep *maslahah* al-Ghazali> pada ekonomi kontemporer?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan perbedaan dan sisi negatif dari konsep *utilitas* yang diajukan dalam teori ekonomi konvensional yang berbeda dengan konsep *maslahah* yang ditawarkan oleh pemikir Islam, yaitu al-Ghazali> Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan tujuan sebagai berikut.

1. Ingin menjelaskan model *utility* dalam teori konsumsi kontemporer yang mendasari bangunan perilaku konsumen.

2. Ingin menjelaskan pemikiran al-Ghazali> tentang konsep *masalahh* konsumsi dalam sistem perekonomian Islam.
3. Ingin mendeskripsikan relevansi konsep *masalahh* dengan ekonomi kontemporer.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi bagi pemahaman ekonomi yang sesuai dengan shari'at Islam, khususnya tentang konsep *masalahh* dalam konsumsi.
2. Mengimplementasikan ajaran Islam secara *kaffah*, sampai pada hal yang bersangkutan paut dengan konsumsi.
3. Mengenalkan kepada pembuat kebijakan tentang konsep *masalahh*, khususnya *masalahh* yang dikemukakan al-Ghazali> dengan harapan konsep ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan ketika sebuah kebijakan tentang ekonomi dibuat.

E. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran Teoretik

1. Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka akan mengemukakan penelitian terdahulu dan kerangka teoretis.

- a. Tesis Abdur Rahman (IAIN Sunan Ampel) dengan judul “*Pemikiran Ekonomi al-Ghazali> Telaah Kitab Ihya’ ‘Ulum al-Din*”. Tesis ini membahas tentang pemikiran ekonomi al-Ghazali> dalam Kitab *Ihya’ ‘Ulum al-Din*. Namun di sebagian babnya Abdurrahman menyebutkan kebutuhan dan keinginan dimana al-Ghazali> membedakan dengan jelas antara keinginan dan kebutuhan (*haja*), sesuatu yang tampaknya agak sepele tetapi memiliki konsekuensi amat besar dalam ilmu ekonomi.

Karena dari pembedaan antara keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*), akan terlihat betapa bedanya ilmu ekonomi Islam dengan konvensional.¹¹ Dalam penelitian ini masih bersifat gambaran umum, yang memberi ide dan kesan masih terpenggal, karena target yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah bahwa al-Ghazali telah memberi banyak inspirasi termasuk pemikir ekonomi khususnya dalam kitab *Ihya' 'Ulum al-Din*.

- b. Tesis Ika Yunia Fauziyah (IAIN Sunan Ampel) dengan berjudul “*Konsep Maqasid al-Shari'ah Sebagai dasar Ekonomi Kesejahteraan Masyarakat*”, membahas tentang budaya konsumerisme yang melanda masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir ini, dan sistem ekonomi yang berjalan saat ini tidak berpihak pada masyarakat miskin. Walaupun para ilmuwan ekonomi banyak yang membahas tentang teori-teori dalam bidang kajian ekonomi ilmu ekonomi kesejahteraan yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Akan tetapi pada tataran kenyataannya, kesejahteraan masyarakat belum tercapai, kemudian Ika Yunia Fauziyah menawarkan konsep *Maqasid al-Shari'ah* yang mengharuskan penjagaan terhadap *al-kulliyat al-khamsah* sebagai landasan teoretis sekaligus pembanding atas konsep-konsep dasar

¹¹Abdurrahman, “Pemikiran Ekonomi al-Ghazali Telaah terhadap Kitab *Ihya' 'Ulum al-Din*” (Tesis IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2004), 83.

dalam ilmu ekonomi kesejahteraan masyarakat dengan mengungkap pemikiran dari Abu Ishaq al-Shaḥbi¹²

Jadi, hal inilah yang menarik penulis untuk melakukan penelitian atas kitab *Ihya' 'Ulum al-Din* yang membahas tentang konsep *maslahah* yang ditawarkan al-Ghazali>dimana dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa, masyarakat muslim harus melihat aspek *maslahah* tidak hanya aspek *utility*, masalah ini belum dikupas secara representatif dalam berbagai literatur.

Tabel 1.1
Identifikasi variabel Penelitian Terdahulu

No	Model	Variabel	Keterangan
1.	Abdurrahman	1. Pemikiran Ekonomi al-Ghazali>	Pemikiran ekonomi al-Ghazali> diambil dari kitab <i>Ihya' 'Ulum al-Din</i> , antara lain yaitu teori produksi dan teori konsumsi, mekanisme pasar, pentingnya transportasi, kebijakan moneter, etika bisnis, peran pemerintah dalam perekonomian.
		2. Kebutuhan menurut al-Ghazali>	Al-Ghazali> membedakan antara kebutuhan (<i>hajat</i>) dan keinginan, sehingga tampak perbedaan antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam. Al-Ghazali> juga membedakan kebutuhan menjadi kebutuhan <i>ḍaruriyat</i> , <i>hajiyyat</i> , <i>tahsiniyat</i> .

¹²Ika Yunia Fauziyah, “Konsep Maqasid al-Shari’ah Sebagai dasar Ekonomi Kesejahteraan Masyarakat” (Tesis IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2007), 98.

2.	Ika Yunia Fauziyah	1. <i>Maqasid al-Shari'ah</i>	Budaya konsumerisme yang telah melanda masyarakat Indonesia telah menafikan <i>al-kulliyat al-khamsah</i> , sebagai landasan untuk mencapai kesejahteraan. Konsep dasar dalam ilmu ekonomi kesejahteraan diambil dari pemikiran Abu Ishaq al-Shatibi>
3.	Arina Haqan	1. Utility	Nilai guna (diartikan juga sebagai kepuasan), dalam melakukan kegiatan ekonomi konsumsi, konsumen harus mengetahui tingkat kepuasan (<i>utility</i>) yang diberikan oleh setiap barang/jasa yang akan dikonsumsinya. Konsumen diasumsikan mencari barang/jasa yang mempunyai tingkat <i>utility</i> paling tinggi.
		2. <i>Maslahah al-Ghazali</i> >	Dalam hal konsumsi, al-Ghazali> menawarkan konsep <i>maslahah</i> (<i>utility</i> dan etika). Artinya, dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa, konsumen tidak hanya melihat nilai gunanya saja, melainkan juga barakah yang terkandung dalam barang/jasa tersebut sehingga membawa barakah. Barakah artinya pahala yang didapat karena barang/jasa yang dikonsumsi sesuai ketentuan shari'ah dan juga tidak menafikan nilai-nilai spiritualisme.

2. Perilaku Konsumen dan Nilai Guna Islami vs Konvensional

Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi, nilai guna (*utility*) yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (dibelanjakan) sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat. Kendatipun demikian, pemahaman konsep *utility* yang dijelaskan

oleh para ekonom sangat beragam. *Utility* merupakan sebuah konsep abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Sebuah konsep tentang cita rasa dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. *Utility* akan didapatkan oleh seseorang sepanjang barang dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. Tingkat *utility* yang diterima konsumen atas barang dan jasa yang berbeda, akan mengalami perbedaan. Namun sampai saat ini, *utility* tetap digunakan sebagai standar untuk mengukur nilai kepuasan.

Perilaku konsumen secara islami mendasarkan pada al-Qur'an dan al-Hadith. Karena al-Qur'an dan al-Hadith merupakan pandangan hidup dan kehidupan manusia yang menuntun kehidupan manusia sesuai dengan fitrahnya menuju ridha Ilahi. Artinya, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dalam kehidupan berekonomi secara islami, manusia harus selalu mencerminkan nilai-nilai yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadith.¹³

Dalam Islam, seseorang dianjurkan untuk melakukan konsumsi guna mempertahankan hidup, tetapi Islam memberi batasan dalam konsumsi, yaitu barang yang dikonsumsi haruslah barang yang halal dan harus menjauhi barang yang haram. Pelarangan atau pengharaman

¹³Ismail Nawawi, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Surabaya: PPM, 2010), 65.

konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena dhatnya adalah karena memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual.

Bukan hanya aspek halal haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam sharia Islam. Termasuk juga aspek yang perlu diperhatikan adalah yang baik, yang cocok, yang bersih, dan yang tidak menjijikkan. Kerena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dikonsumsi untuk semua keadaan.¹⁴

Kemudian yang termasuk batasan konsumsi dalam sharia adalah pelarangan *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* dilarang sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Hal ini terdapat dalam QS. *al-A'raf* 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا. إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat tersebut di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup dapat berjalan dengan baik. Namun, apabila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut. Banyak sekali efek

¹⁴Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), 15.

buruk yang ditimbulkan karena *israf*, diantaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.

Jadi, konsumen dalam melakukan pemilihan kebutuhan mempunyai berbagai preferensi yang diungkapkan oleh Nawawi,¹⁵ yaitu:

- a. Rasionalitas. Rasionalitas adalah manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), dan tidak akan secara sengaja membuat keputusan yang akan menjadikan mereka lebih buruk.¹⁶ Dalam artian, konsumen tersebut mengetahui secara detail tentang *income* dan kebutuhan yang ada dalam hidupnya serta pengetahuan terhadap jenis, karakteristik, dan keistimewaan komoditas yang ada (Ali 'Imran:14, al-An'am:6, al-Waqi'ah:41-45).
- b. Pelarangan *Israf*, *Tabdhir*, dan *Safih*. Adapun yang dimaksud dengan, (1) *Israf* adalah melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi, (2) *Tabdhir* adalah melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proporsional, (3) *Safih* adalah orang yang tidak cerdas di mana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan *sharia*h dan senantiasa menuruti hawa nafsunya (al-Furqan:67, al-A'raf:3,31, al-Maidah:87, 90, al-Jathiyah:23).
- c. Keseimbangan dalam berkonsumsi. Berkonsumsi dalam sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek.

¹⁵Ismail Nawawi, *Ekonomi Mikro*, 68-75.

¹⁶Roger LeRoy Miller, *Economics Today*, 7th ed (New York: Harper Collins Publishers, 1991), 6.

Dalam melakukan konsumsi, nilai guna (*utility*) yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan atau dibelanjakan, sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat, apa yang diperoleh dengan apa yang dibelanjakan (al-Baqarah:25, 216, al-Qasas}77).

Dalam perkembangannya, preferensi seseorang terhadap sebuah komoditas sangat beragam dan dipengaruhi oleh keyakinan dan pemahaman manusia terhadap kehidupan. Preferensi seorang Muslim akan sangat jauh berbeda dengan preferensi seorang non-Muslim, dan seterusnya. Karena preferensi konsumen dipengaruhi tiga unsur, yaitu rasionalitas, kebebasan ekonomi, dan *utility*.

Selain konsumsi atau pembelanjaan uang untuk hal materi/komoditas, dalam Islam dijelaskan juga tentang konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan *ṣ*adaqah yang mendapatkan sorotan yang penting dalam al-Qur'an dan hadith. Konsumsi sosial selain memperkuat sendi-sendi sosial masyarakat, konsumsi sosial ini juga memberikan kontribusi besar terhadap penguatan syiar Islam. Sebab, kontribusi zakat dan *ṣ*adaqah dapat membantu secara langsung dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana fisik, misalnya pembangunan sekolah, masjid, dll.¹⁷

¹⁷Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen*, 17.

Sedangkan dalam ekonomi konvensional ada dua teori yang mendasari preferensi konsumen, yaitu teori nilai guna kardinal dan teori nilai guna ordinal,¹⁸ yaitu:

- 1) Teori nilai guna Kardinal. Teori ini di kemukakan oleh seorang ekonom aliran Austria yang bernama Heinrich Gossen 1854, Stanley Jevons 1871 dan Leon Walras 1894. Dalam teori ini hanya berlaku dengan beberapa asumsi yaitu: (1) Nilai guna dapat diukur, (2) konsumen bersifat rasional sehingga perilakunya dapat difahami secara logis, (3) Konsumen bertujuan untuk memaksimalkan utilitas-nya. Dari uraian di atas, maka berlakulah hukum tambahan kepuasan yang semakin menurun dengan semakin banyaknya suatu barang yang dikonsumsi (*law of diminishing marginal benefit*), hukum ini disebut hukum Gossen.
- 2) Pendekatan Ordinal. Pendekatan Ordinal disebut juga dengan pendekatan kurva tak acuh atau pendekatan *Indifference Curve*. Pendekatan Ordinal ini dikemukakan oleh J. Hicks dan R. A. Harrod (1934). Menurut pendekatan ordinal ini tingkat kepuasan seseorang dari mengkonsumsi barang atau jasa tidak dapat dihitung dengan uang atau angka atau satuan lainnya, tetapi dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah (dengan skala ordinal seperti ke-1, ke-2, ke-3 dan seterusnya). Misalkan seorang konsumen yang mengkonsumsi hanya 2 jenis barang yaitu X dan Y. Karena pendapatan konsumen terbatas,

¹⁸Ismail Nawawi, *Ekonomi Mikro*, 85-91.

maka ia harus dapat menentukan kombinasi dari kedua jenis barang tersebut sehingga mendatangkan kepuasan yang optimal. Jika semakin banyak barang yang dikonsumsi, maka semakin besar pula jumlah nilai guna yang diperoleh.

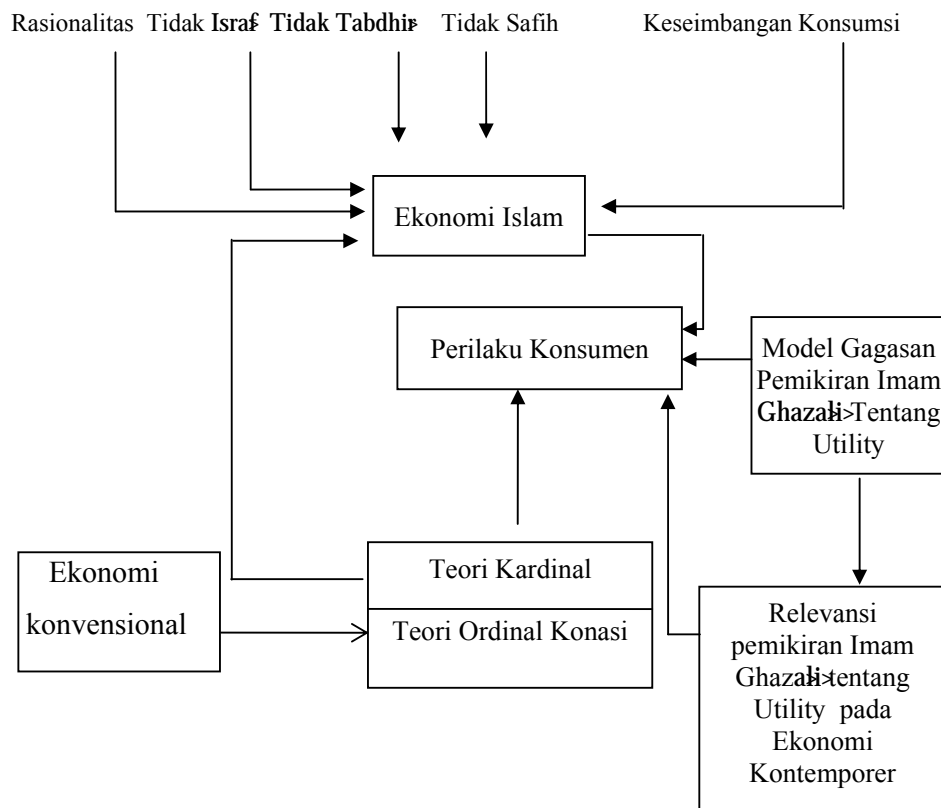
Tabel 1.2
Identifikasi variabel Perilaku Konsumen dan Nilai Guna

No	Model	Variabel	Keterangan
1.	Islam (Nawawi)	1. Rasionalitas	Manusia berperilaku secara rasional dalam membuat keputusan mengkonsumsi barang/jasa. Konsumen mengetahui secara detail <i>income</i> dan kebutuhan yang ada dalam hidupnya.
		2. Normatif	Islam melarang <i>Israf</i> (melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam mengkonsumsi), <i>Tabdhi</i> (melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proporsional), <i>Safih</i> (orang yang tidak cerdas dimana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan syariah dan senantiasa menuruti hawa nafsunya).
		3. Keseimbangan	Dalam melakukan konsumsi, nilai guna (<i>utility</i>) yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan atau dibelanjakan, sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat. (al-Qashs: 77).
2.	Konvensional (Nawawi)	1. Kardinal	Pendekatan ini bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (<i>utility</i>) setiap konsumen bisa diukur dengan uang atau dengan satuan lain (<i>utility</i> bersifat <i>cardinal</i> , rupiah misalnya) dan banyak (<i>quantity</i>) lebih disukai daripada sedikit (<i>more prefer to less</i>). Makin tinggi kepuasan yang diperoleh ditunjukkan dengan angka yang lebih besar.

		2. Ordinal	Menurut pendekatan ordinal ini, tingkat kepuasan seseorang dari mengkonsumsi barang atau jasa tidak dapat dihitung dengan uang atau angka atau satuan lainnya, tetapi dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah (dengan skala ordinal seperti ke-1, ke-2, ke-3 dan seterusnya).
--	--	------------	--

3. Kerangka Pemikiran Teoretik Perilaku Konsumen

Dari kajian pustaka sebagaimana diuraikan di atas, maka dapat di kemukakan kerangka pemikiran teoritik sebagai berikut:



Kerangka pemikiran di atas, menuntun peneliti untuk mendapatkan data masing-masing varian dan indikator pada pengkajian literatur yang terkait secara mendalam dan komprehensif sesuai dengan fokus penelitian ini.

F. Metode Penelitian

1. Obyek dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengambil objek gagasan atau pemikiran tentang *utility/maslahah* dari seorang tokoh¹⁹ al-Ghazali yang dikenal sebagai seorang pengarang, pemikir dalam berbagai disiplin ilmu seperti tafsir, fiqh, tasawuf, filsafat. Dalam menggambarkan objek kajian penelitian ini lebih banyak mengungkapkan gagasan atau ide-ide tentang konsep *maslahah* al-Ghazali dan sekaligus mengkaitkan latar belakang kehidupan tokoh, dimana setting sosial pada masanya sangat berpengaruh dalam perilaku maupun pemikiran al-Ghazali dalam konsep *maslahah* konsumsi. Penelitian ini bersifat deskriptif yang bercorak penelitian kepustakaan (*library research*). Sebagai langkah pertama dalam penelitian ini adalah inventarisasi sumber data,²⁰ yaitu pengumpulan bahan pustaka yang relevan dengan topik penelitian, sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Pendekatan dan Metode Penelitian

Mengingat studi ini menganalisis pemikiran tokoh yang pernah hidup di masa lalu, maka penulis menggunakan pendekatan sejarah (*historical approach*). Dengan pendekatan ini tinjauan kesejarahan merupakan mula-mula yang dibahas, sebab dari biografi itulah akan dapat dilacak bagaimana terbentuknya pola pemikiran tersebut. Sedangkan metode yang

¹⁹Menurut Jujun S. Suriasumantri yang dikutip oleh M. Deden Ridwan, salah satu objek penelitian itu adalah ide yang merupakan gagasan manusia. Gagasan manusia itu meliputi antara lain, filsafat, etika, estetika dan teori ilmiah. Lih. M. Deden Ridwan (ed), *Tradisi Baru Penelitian Agama Islam* (Bandung: Nuansa, 2001), 75-76.

²⁰Anton Bekkeh dan Ahmad Charis Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 1990), 73.

dipakai dalam penelitian ini adalah metode Hermeneutik.²¹ Hermeneutik pada dasarnya adalah sebuah metode atau cara untuk menafsirkan simbol yang berupa teks atau sesuatu yang diperlakukan sebagai teks untuk dicari arti dan maknanya.²²

Dalam penelitian ini, kerangka hermeneutik yang dipakai adalah sebuah dialog yang dibangun antara teks dan penafsiran. Oleh karenanya untuk memahami dan menafsirkan teks yang berupa data diambil dari sumber pustaka yang berupa kitab-kitab dan dalam bentuk lain yang dikarang oleh al-Ghazali. Selain itu, tentunya bukan hanya sekedar memahami dan menafsirkan, tetapi lebih dari itu, bahwa metode ini juga diharapkan ada aktivitas merekonstruksi dan mereproduksi makna yang terkandung dalam teks yang berupa data.

3. Sumber Data

Sebagai sebuah kajian pustaka, penelitian ini sepenuhnya didasarkan pada data-data kepustakaan yang representatif dan relevan dengan obyek studi ini. Sumber primer penelitian ini adalah tulisan Al-Ghazali yang berjudul *Ihya' 'Ulum al-Din*. Walaupun kitab *Ihya' 'Ulum al-Din* karya al-Ghazali

²¹Kata hermeneutika berasal dari bahasa Yunani “hermeneuein” yang berarti menafsirkan, maka kata benda hermeneia secara harfiah dapat diartikan sebagai penafsiran atau interpretasi. Istilah Yunani ini mengaitkan pada tokoh metodologis yang bernama Hermes. Hermes adalah seorang utusan yang mempunyai tugas menyampaikan pesan Jupiter kepada manusia. Hermes digambarkan sebagai seorang yang mempunyai kaki bersayap dan lebih dikenal dengan sebutan Mercurius dalam bahasa latin. Tugas Hermes adalah menerjemahkan pesan-pesan dari dewa di gunung Olympus ke dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh manusia. Lih. E. Sumaryono, *Hermeneutik Sebuah Metode Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 2003), 23.

²²Farid Esach, *Leberation&Pluralism* (Oxford: One Word, 1997), 61. Namun demikian, Komarudin Hidayat dalam bukunya *Metode Penelitian Penafsiran*, tidak hanya memandang teks dan berusaha menyelami kandungan makna leteralnya, lebih dari itu hermeneutika berusaha menggali makna dengan mempertimbangkan horizon-horizon yang melingkupi teks tersebut. Horizon yang dimaksud adalah horizon teks, horizon pengarang dan horizon pembaca. Komarudin Hidayat, *Memahami Bahasa Agama* (Jakarta: Paramadina, 1996), 25.

ini bukan kitab tentang ilmu ekonomi, namun ada uraian tentang beberapa hal yang berkaitan dengan ekonomi. Adapun sumber-sumber sekunder adalah literatur yang ditulis oleh orang lain yang berkaitan dengan teori konsumsi dalam Islam. Antara lain, *Ekonomi Mikro Islami* karya Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Islam*, karangan Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Islamic Economics, Theory and Practice*, karya M.A. Mannan, *Studies in Islamic Economics*, karangan The Internasional Centre, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, karya Muhammad, dan referensi-referensi lain yang mendukung.

4. Teknik Kajian Literatur

Dalam penelitian ini, akan menggunakan kajian literatur baik literatur teknis maupun literatur non teknis. Dimana literatur teknis menawarkan kerangka teoritik dan konseptual yang bisa digunakan untuk memandu penelitian kualitatif serta untuk memahami temuan-temuannya. Sedangkan literatur non teknis (meliputi surat, catatan dan biografi) yang akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai penunjang penelitian ketika membahas tentang biografi al-Ghazali dan latar belakang pemikirannya.²³

5. Teknik Pengumpulan Data

Data-data dari sumber primer dan sekunder dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, yaitu dengan jalan membaca (*text reading*), mengkaji, mempelajari dan mencatat literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas dalam tulisan ini.

²³Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif, Tatalangkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data*, terj. Muhammad Shodiq (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 40-47.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan, mengkategorikan data, mencari pola atau tema dengan maksud untuk memahami maknanya.²⁴

Analisis data dalam penelitian ini dimaksudkan sebuah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap pemikiran ekonomi al-Ghazali tentang konsep *masalah* dalam konsumsi. Kemudian hasil analisis tersebut agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain dalam bentuk tulisan.

Secara sederhana untuk menelaah pemikiran al-Ghazali tentang konsep *masalah* dalam konsumsi, penulis menggunakan analisis *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*.²⁵ Dalam penelitian ini, akan dimulai dengan *open coding* (pengumpulan data) dilanjutkan dengan *axial coding* (pemilahan data) kemudian *selective coding* (seleksi data) dalam menganalisis pemikiran atau konsep *masalah* al-Ghazali.

Selanjutnya, pemikiran al-Ghazali dikomparasikan dengan teori konvensional kemudian hasilnya diketahui apakah konsep al-Ghazali tersebut relevan dengan ekonomi kontemporer atau tidak. Dalam tahapan

²⁴Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Karya, 1989), 4-8. Sedangkan Bogdam dan Biklen menjelaskan bahwa analisis data melibatkan pengerjaan organisasi data, pemilahan menjadi satuan tertentu, sintesis data, pelacakan pola, penemuan hal-hal yang penting yang dipelajari dan penentuan apa yang harus dikemukakan kepada orang lain. Lih. Bogdam dan Biklen, *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods* (Boston: Allyn and Bacon, 1982), 52.

²⁵Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, 52.

ini, peneliti menggunakan metode analisis data yang dikemukakan oleh Bogdan dan Biklen.²⁶

Selain itu, untuk kepentingan analisis tersebut peneliti menggunakan penalaran deduksi ke induksi atau sebaliknya. Demikian juga dua bentuk penalaran ini peneliti gunakan untuk memahami eksistensi pemikiran pada masanya dan peranannya dalam ekonomi kontemporer.

Akhirnya dengan cara sintesis dari berbagai macam ide dalam pemikiran konsep *maslahah* al-Ghazali di atas diambil suatu kesimpulan dalam bentuk kesatuan pendapat yang lebih utuh dan lengkap dalam rangka pencapaian tujuan serta manfaat penelitian yang telah ditentukan.

G. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari V bab, satu bab pendahuluan, tiga bab pembahasan, dan satu bab penutup.

Bab Pertama merupakan bentuk dari pendahuluan yang membahas tentang gambaran awal penelitian yang berfungsi mengantarkan secara metodologis penelitian ini. Membahas tentang latar belakang penulisan, rumusan masalah,

²⁶Menurut Bogdan dan Biklin (1982), analisis data adalah proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip interview, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang ditemukan dilapangan. Kesemuanya itu dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap suatu fenomena dan membantu untuk mempresentasikan temuan penelitian kepada orang lain. Secara substansial, pendapat ini menunjukkan bahwa didalam analisis data terkandung muatan pengumpulan dan interprestasi data. Inilah yang menjadi ciri utama dari penelitian deskriptif kualitatif. Analisis data dalam penelitian deskriptif, terdapat beberapa model. Diantaranya, model penelitian yang bersifat bibliografis/ kepustakaan (*library research*) dan model penelitian yang bersifat lapangan (*field research*). Penelitian kepustakaan biasanya lebih menekankan kekuatan analisis datanya pada sumber-sumber dokumentasi dan teoritis, atau hanya mengandalkan teori-teori saja, yang selanjutnya dianalisis dan diterprestasikan secara luas, dalam dan tajam. Rangkaian analisis data ini dapat dibangun dalam tiga ranah yaitu : Tesa, Antitesa dan Sintesa.

tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab Kedua adalah kerangka teoritis dan konseptual sebagai tempat berpijak pembahasan, diawali dengan perilaku konsumsi, *utility*, motif dan tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional.

Bab Ketiga adalah tentang pemikiran al-Ghazali yang meliputi biografi al-Ghazali, pemikiran ekonomi al-Ghazali, konsep *masalah* al-Ghazali

Bab Keempat adalah relevansi pemikiran al-Ghazali tentang *utility* terhadap ekonomi kontemporer.

Bab Kelima berupa kesimpulan dan implementasi dari seluruh hasil tulisan dan penelitian, yang meliputi kesimpulan, dan implikasi.