

# BAB III

## KONSEP KONSUMSI DALAM PANDANGAN EKONOMI KONVENSIONAL

### A. Pengertian Ilmu Ekonomi Konvensional

Ilmu ekonomi merupakan suatu studi ilmiah yang membahas tentang bagaimana individu dan kelompok masyarakat dalam menentukan pilihan. Pernyataan ini sejalan dengan pembenaran bahwa manusia mempunyai keinginan yang tidak terbatas, maka untuk memuaskan berbagai kebutuhan manusia, dapatlah digunakan sumber daya yang tersedia, tetapi sumber daya ini tidak tersedia dengan bebas, karena sumber daya yang ada langka dan mempunyai berbagai kegunaan alternatif. Pilihan kegunaan dapat terjadi antara penggunaan sumber daya sekarang dan sumber daya masa depan, selain itu akan menimbulkan biaya dan manfaat.<sup>1</sup>

Ekonomi ortodok atau yang kita kenal dengan ekonomi konvensional dikembangkan oleh pemikiran neoklasik pada abad 19, dikenal juga dengan *Walrasian* model. Ekonomi ortodok merupakan ilmu ekonomi yang

---

<sup>1</sup> Sicat dan Arndt, *Ilmu Ekonomi Untuk Konteks Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 1991), 3.

berpusatkan (*nexus*) pada *rationality, individualisme, equilibrium* atau *rational-individualis* keseimbangan.<sup>2</sup>

Ilmu ekonomi secara umum (konvensional) merupakan suatu studi tentang perilaku masyarakat dalam menggunakan sumber daya yang terbatas (langka) dalam rangka memproduksi berbagai komoditi, untuk kemudian menyalurkan (mendistribusikan) komoditi tersebut kepada berbagai individu dan kelompok yang ada dalam suatu masyarakat. Jadi ilmu ekonomi membahas aktivitas yang berkaitan dengan alokasi sumber daya yang langka untuk kegiatan produksi untuk memproduksi barang dan jasa; ekonomi juga membahas aktivitas yang berkaitan dengan cara-cara memperoleh barang dan jasa; juga membahas aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan konsumsi, yakni kegiatan pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup; serta membahas aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan distribusi, yakni bagaimana menyalurkan barang dan jasa yang ada di tengah masyarakat.<sup>3</sup>

Dalam referensi lain disebutkan ilmu ekonomi secara umum dipahami sebagai suatu studi ilmiah yang mengkaji bagaimana orang perorang atau

---

<sup>2</sup> Aulia, "Membumikan Ekonomi Syari'ah, Jurnal Ekonomi," dalam <http://www.masmiar.net> (12 September 2009).

<sup>3</sup> Aulia, "Produksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an: Aplikasi Tafsir Ekonomi," dalam <http://www.masmiar.net> (12 September 2009).

kelompok-kelompok masyarakat menentukan pilihan. Pilihan harus dilakukan manusia pada saat mereka akan memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Hal ini dikarenakan setiap manusia mempunyai keterbatasan (kelangkaan) dalam hal sumber daya yang dimilikinya (pendapatan), sehingga mereka tidak mungkin mampu memenuhi seluruh kebutuhan dan keinginan hidupnya tanpa melakukan pilihan untuk mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki.

Pilihan yang dimaksud menyangkut pilihan dalam kegiatan produksi, konsumsi serta kegiatan distribusi barang dan jasa tersebut di tengah masyarakat. Namun intinya pembahasan ilmu ekonomi ditujukan untuk memahami bagaimana masyarakat mengalokasikan keterbatasan (kelangkaan) sumber daya yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

## **B. Pengertian Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional**

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya semata. *Utility* secara bahasa berarti berguna, membantu atau menguntungkan.<sup>4</sup>

Menurut Suherman Rasyidi konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia (the use of goods and service in the

---

<sup>4</sup> Lincolin Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta:PBEF-Yogyakarta, 2008), 98.

satisfaction of human wants).<sup>5</sup> Paul A. Samuelson dan William D Nor Haus mengemukakan “Konsumsi dirumuskan sebagai pengeluaran untuk barang dan jasa, seperti makan, pakaian, mobil, pengobatan dan perumahan.

Menurut Samuelson konsumsi adalah kegiatan menghabiskan *utility* (nilai guna) barang dan jasa. Barang meliputi barang tahan lama dan barang tidak tahan lama. Barang konsumsi menurut kebutuhannya, yaitu: kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.<sup>6</sup>

Teori konsumsi biasa dikatakan pula yaitu seluruh pengeluaran baik rumah tangga atau masyarakat maupun pemerintah untuk mendapatkan kepuasan, meskipun demikian masyarakat tetap memperhatikan seberapa banyak dana yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu barang tersebut.

Pengertian-pengertian di atas menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan konsumsi adalah pembelanjaan atau pengeluaran yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan hidup secara jasmani atau rumah tangga yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan manusia.

---

<sup>5</sup> Suherman Rasyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998), 147.

<sup>6</sup> Paul Samuelson dan William D Nor Hans, *Ekonomi*, Jilid. 1, (Jakarta: Airlangga, 1993), 101.

Jika kita cermati, maka setidaknya terdapat dua hal penting untuk dikritisi, yaitu:

1. Tujuan konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan.
2. Batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain sepanjang masyarakat memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan.<sup>7</sup>

Konsumsi merupakan tujuan yang esensial dari produksi, karena produksi adalah alat bagi konsumsi, dan produksi dapat diperlukan sepanjang masih ada konsumsi, karena konsumsi merupakan bagian akhir dari produksi, dengan demikian produksi dapat berhenti namun konsumsi tidak dapat berhenti.

---

<sup>7</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonom Islam (P3EI), *konomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja rafindo Persada, 1998), 128.

Selain itu konsumsi maupun tabungan bergantung pada bergantung atau merupakan fungsi dari pendapatan, karena konsumsi dan pendapatan memiliki hubungan positif, bila pendapatan seseorang meningkat, konsumsi pun akan ikut meningkat, sebaliknya apabila pendapatan menurun maka konsumsipun akan merosot. Hubungan konsumsi dan pendapatan ini disebut *propensity to consume* (hasrat untuk konsumsi).<sup>8</sup>

Apabila seorang menerima pendapatan dari hasil kerjanya, dalam jumlah besar maupun kecil, pasti akan membuat perencanaan untuk membelanjakan pendapatannya itu, setelah dikurangi segala beban kewajiban (pajak dan sebagainya). Setiap pendapatan yang pertama dikeluarkan adalah untuk keperluan konsumsi akhir (*final consumption*) yakni konsumsi yang langsung memberikan kepuasan, jika ada sisa akan ditabung, karena itu pendapatan pasti dikeluarkan.

Menurut C Gerardo P. Sicut H.W Arict terdapat dua cara menghabiskan pendapatan yang siap digunakan:

*Pertama:* membelanjakannya untuk barang-barang konsumsi, pengeluaran ini untuk mempertahankan taraf hidup. Pada tingkat pendapatan

---

<sup>8</sup> Suherman Rasyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998), 14.

seseorang rendah, maka pengeluaran konsumsi pertama dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok seperti pangan dalam memenuhi kebutuhan jasmani guna mempertahankan kelangsungan hidup,<sup>9</sup> selain itu berbagai macam konsumsi seperti sandang, perumahan, bahan bakar dan lain-lain sebagai kebutuhan menyelenggarakan rumah tangga. Keanekaragaman dari pembelanjaan dan penggunaannya tergantung pada tingkat pendapatan rumah tangga, jika pendapatan berbeda-beda akan mengakibatkan perbedaan taraf konsumsi.

Keynes mengatakan, bahwa ada pengeluaran konsumsi menurun yang harus dilakukan oleh masyarakat (*konsumsi oktonomous*) dan pengeluaran konsumsi akan meningkat dengan bertambahnya penghasilan, selain itu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kekayaan, tingkat sosial ekonomi, tingkat harga, tingkat bunga, dan lain-lain.<sup>10</sup>

*Kedua:* tidak membelanjakannya atau ditabung, dengan menyimpan di bank sebagai deposito, disimpan dalam bentuk uang tunai di bawah bantal atau

---

<sup>9</sup> C, Gerardo Sicat dan Arndt, *Ilmu Ekonomi Untuk Konteks Indonesia*, 171.

<sup>10</sup> Al Gifari, Guritno Mangkoesobroto, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 1993), 65.

digunakan secara langsung dalam kegiatan yang menghasilkan pendapatan dalam kurun waktu kemudian.<sup>11</sup>

Kedua poin tersebut memperlihatkan tentang bagaimana pendapatan perorangan yang siap dibelanjakan itu dapat tersalur ke konsumen dan tabungan, dengan cara pertama, konsumsi tersalur dalam pengeluaran untuk pangan, sandang, perumahan, bahan bakar, pengangkutan, hiburan dan perawatan, kesehatan. Kedua, bagian yang tidak dikonsumsi masuk kedalam tabungan. Pengeluaran untuk konsumsi dan bagian tabungan (yang tidak hanya disimpan) masuk kembali ke dalam arus kegiatan ekonomi melalui mata rantai pendapatan konsumsi investasi.

Konsumsi diperuntukkan bagi perawatan perorangan dan keluarga, secara langsung mengarah pada terpenuhinya kebutuhan pangan, sandang dan perawatan perorangan. Apa yang tidak dibelanjakan tentang konsumsi adalah ditabung, jika menabung dalam bentuk penumpukan kas, maka arus pendapatan itu habis di sana, kecuali jika rumah tangga yang menggunakan kas ini untuk konsumsi nanti atau kebutuhan-kebutuhan lain. Menabung seperti itu disalurkan pada sistem keuangan dan pada aktivitas produksi

---

<sup>11</sup> C. Gerardo, *Ilmu Ekonomi Untuk Konteks Indonesia*, 172.

pendapatan langsung yang pada akhirnya kembali ke ekonomi sebagai investasi.

### C. Etika Konsumsi dalam Pandangan Ekonomi Konvensional

Dalam ekonomi konvensional tujuan konsumsi ditunjukkan oleh bagaimana konsumen berperilaku (*consumer behavior*). Dalam mempelajari *consumer behavior* ada tiga langkah yang dilakukan oleh ekonomi konvensional, yaitu:

- a. Mempelajari *consumer preferences*: mendeskripsikan bagaimana seseorang lebih memilih suatu barang terhadap barang yang lain. Asumsi dasar dalam konsumsi:
  - 1) *Preferences are complete* pilihan-pilihan menyeluruh.
  - 2) *Preferences are transitive* pilihan-pilihan bersifat konsisten seperti contoh mengkonsumsi  $A > B$ ,  $B > C$ , maka  $A > C$ .
  - 3) *Consumers always prefer more of any good to less*, konsumen selalu memilih sesuatu yang banyak dibandingkan yang sedikit.
- b. Mengetahui keberadaan *budget constraint* (keterbatasan anggaran/sumber daya).
- c. Menggabungkan antara *consumer preferences* dan *budget constraint* untuk menentukan pilihan konsumen atau dengan kata lain kombinasi barang apa saja yang akan dibeli untuk memenuhi kepuasannya.

Manusia termasuk makhluk multidimensi, yaitu makhluk yang di dalam dirinya terdapat berbagai aspek yang cenderung menggerakkan manusia untuk berbuat, bertindak dan membutuhkan sesuatu. Sehingga manusia terdorong untuk melakukan sesuatu guna memenuhi kebutuhannya.

#### **D. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Konvensional**

Perilaku konsumen merupakan suatu konsep tindakan yang mempelajari bagaimana individu, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan produk (barang atau jasa) yang dapat memberikan kepuasan, kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa.<sup>12</sup>

Dari definisi tersebut diatas, maka jelas bahwa perilaku konsumen tidak hanya mengamati yang tampak jelas dan mudah diamati, yang merupakan salah satu bagian dari proses pengambilan keputusan, tapi juga menyangkut kegiatan yang sulit dan tidak dapat diamati, yang selalu menyertai pembelian, penggunaan, proses pengalihan atas barang dan jasa. Kegiatan saat pembelian yang dilakukan konsumen dan proses pengambilan

---

<sup>12</sup> Engel JF *et al.*, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa oleh FX. Budyanto, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 3.

keputusan yang menyertai pembelian merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis perilaku konsumen. Tujuan analisis ini agar pihak perusahaan dapat menarik keuntungan atas para pesaingnya. Dengan menganalisis perilaku konsumen, perusahaan akan mempunyai pandangan yang lebih luas dan akan cepat mengetahui kesempatan dan peluang baru yang berasal dari informasi belum terpenuhinya kebutuhan konsumen.

Keynes pada tahun 1930-an membuat tiga asumsi tentang teori konsumsi, yaitu:

1. Kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) ialah jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu.
2. Keynes menyatakan bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik.
3. Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting dan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting.<sup>13</sup>

Sehingga secara garis besar teori konsumsi Keynes menyatakan bahwa, (besar-kecil) konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Sedangkan unsur tabungan tidak terlalu berdampak terhadap perubahan jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat.

---

<sup>13</sup> N. Gregory Mankiw, *Teori Makro Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 425-426.

Teori perilaku konsumen dalam system kapitalis sudah melampaui dua tahap. Teori pertama berkaitan dengan teori marginalis, yang berdasarkan teori tersebut pemanfaatan konsumen secara tegas dapat diukur dalam satuan-satuan pokok. Konsumen mencapai keseimbangannya ketika dia memaksimalkan pemanfaatannya sesuai dengan keterbatasan penghasilan, yakni: ketika rasio-rasio pemanfaatan-pemanfaatan marginal dari berbagai komoditas sama dengan rasio-rasio harga-harga uangnya masing-masing. Tahap kedua yang lebih modern mengatur kemungkinan diukurnya dan koordinalitas pemanfaatan itu. Namun berbagai kondisi yang sekarang menjadi kesamaan antara tarif marginal substitusinya, yakni garis miring dari kurva tetap dan rasio-rasio harga uang, yakni garis miring dari keterbatasan penghasilan itu

Teori perilaku konsumen rasional dalam paradigma ekonomi konvensional didasari pada prinsip-prinsip dasar *utilitarianisme* diprakarsai oleh Bentham yang mengatakan bahwa secara umum tidak seorangpun dapat mengetahui apa yang baik untuk kepentingan dirinya kecuali orang itu sendiri. Dengan demikian kebebasan terhadap individu, baik oleh individu lain maupun oleh penguasa, adalah kejahatan dan harus ada alasan kuat untuk

melakukannya. Menurut Mill,<sup>14</sup> campur tangan negara didalam masyarakat manapun harus diusahakan seminimum mungkin dan campur tangan yang merintangai kemajuan manusia merupakan campur tangan terhadap kebebasan-kebebasan dasar manusia, untuk itu perlu dihentikan.

Mill berpendapat bahwa setiap orang di dalam masyarakat harus bebas untuk mengejar kepentingannya dengan cara yang dipilihnya sendiri, namun kebebasan seseorang untuk bertindak dibatasi oleh kebebasan orang lain artinya kebebasan untuk bertindak itu tidak boleh mendatangkan kerugian bagi orang lain.<sup>15</sup>

Dasar filosofis di atas melatar belakangi analisis mengenai perilaku konsumen dalam teori ekonomi konvensional, Beberapa prinsip dasar dalam analisis perilaku konsumen adalah:

- a. Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan. Adanya kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa orang menentukan pilihan, agar pengeluaran tetap berada pada anggaran yang telah ditetapkan.

---

<sup>14</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam*, Edisi 1, Cet. 1, (Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2006), 57.

<sup>15</sup> *Ibid.*, 57.

- b. Konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat. Jika dua barang memberi manfaat yang sama, konsumen akan memilih yang biayanya lebih kecil, bila untuk memperoleh dua jenis barang dibutuhkan biaya yang sama, maka konsumen akan memilih barang yang memberi manfaat lebih besar.
- c. Tidak semua konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat. Saat membeli barang, bisa jadi manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harga yang harus dibayarkan.
- d. Setiap barang dapat disubstitusi dengan barang lain. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara.
- e. Konsumen tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (*The Law of Diminishing Marginal Utility*). Semakin banyak jumlah barang dikonsumsi, semakin kecil tambahan kepuasan yang dihasilkan.<sup>16</sup>

Asumsi sentral dalam teori ekonomi mikro neoklasik adalah manusia berperilaku secara rasional. Asumsi ini diperlukan agar dapat dibangun teori yang memiliki daya prediksi terhadap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, dihadapkan dengan keterbatasan sumber daya yang dimilikinya. Rasionalitas menjadi dasar dari semua model dalam teori ekonomi modern yang berkembang saat ini, dan diyakini sistem kapitalisme tidak dapat hidup

---

<sup>16</sup> Mustafa Edwin, dkk. *Ekonomi Islam*, 57-58.

tanpanya. Meskipun dalam realitas manusia sering kali tidak bertindak rasional, padahal teori ekonomi memperlakukan manusia sebagai orang yang senantiasa rasional. Dengan demikian, perbedaan rasionalitas dalam teori ekonomi rasionalitas dalam kenyataan seringkali kabur.<sup>17</sup>

Dalam teori konsumsi ekonomi konvensional dua nilai dasar (*fundamental values*) tersebut adalah rasionalisme dan utilitarianisme. Rasionalisme ini mengandung pengertian bahwa setiap konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan sifatnya sebagai homo economicus. Dengan kata lain konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (self interest), rasionalisme ini juga dapat diartikan sebagai perjuangan untuk kepentingan diri sendiri yang senantiasa diukur dengan berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.

Prilaku konsumen dinyatakan dengan fungsi *utilitas*. Seorang konsumen dikatakan rasional, apabila berusaha memaksimalkan fungsi *utilitasnya* yang ditentukan oleh banyaknya barang tahan lama yang

---

<sup>17</sup> M C Kenzie dan Richard B, *The Limit of Economic Scienci*, (Kluwer: Nijhoft Publishing, 1983), 43.

dikuasai pada tingkat pendapatan tertentu, inilah yang disebut dengan fungsi tujuan konsumen rasional.<sup>18</sup>

Dalam paradigma konvensional, seorang yang rasional akan mencapai *utilitas* maksimum, juga memberikan kepuasan (*satisfaction*) yang maksimum. Konsep *utilitas* dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Utility secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*), atau menguntungkan (*advantage*).<sup>19</sup>

*Utilitas* melekat dalam produk-produk tersebut yang mencerminkan kemampuan kualitas untuk memberikan kepuasan total kepada konsumen yang mengkonsumsi produk itu. Dengan demikian sumber dan penyebab dari *utilitas* adalah kualitas dalam arti luas yang dapat bersifat obyektif maupun subyektif, tergantung pada pandangan konsumsi itu sendiri. Kualitas produk berfokus pada kepuasan konsumen terukur dari keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

---

<sup>18</sup> Mansyur Ramly, *Pengembangan Teori Ekonomi Islam Dalam Perspektif Islam*, (Ujung Pandang, 1997), 5.

<sup>19</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonom Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 127.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen adalah:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan langsung oleh konsumen ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produksi.
- b. Pengalaman terdahulu, ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menginformasikan kualitas produk yang akan dibeli oleh konsumen itu.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran, hal ini akan memperoleh persepsi konsumen.<sup>20</sup>

Pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*jasder*) lebih murah (*cheaper*) dan lebih baik (*better*). Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, biaya dan dimensi kualitas.

Karakteristik lebih cepat, berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk

---

<sup>20</sup> Vincent Gaspers, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utara, 1999), 118.

memperoleh produk itu. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit untuk digambarkan secara cepat.<sup>21</sup> Interaksi perilaku dan idelaisme konsumen tersebut selalu menjadi harapan setiap pelaku konsumen, sebab mereka selalu ingin memperoleh kepuasan dan kenyamanan, maka dengan sendirinya tujuan dapat tercapai secara maksimal.

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, 119.