

Perilaku Konsumen: Utility Versus Maṣlaḥah sebagai Rasionalitas dalam Ekonomi Islam

(Consumer Behaviour: Utility Versus Maṣlaḥah as Rationality in Islamic Economics)

Fadllan

IAIN Madura

Email: fadlanelhanif@gmail.com

Lailatul Maufiroh

IAIN Madura

Email: lailatulmaufiroh23@gmail.com

Corresponding Author: Fadllan

Article History: Received August 14, 2023; Received in revised from August 15, 2023; Accepted October 3, 2023; Published; July 30, 2024

How to Cite this Article: Fadllan, Fadllan, and Lailatul Maufiroh. 2024. "Perilaku Konsumen: Utility Versus Maṣlaḥah Sebagai Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam". El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB) 14 (1). Surabaya, Indonesia:36-52. <https://doi.org/10.15642/elqist.2024.14.1.33-47>.

Abstrak: Penelitian ini mengkaji perbedaan konseptual antara utility dan maṣlaḥah sebagai dua landasan rasionalitas konsumen yang saling bersaing dalam kerangka ekonomi Islam. Melalui analisis pustaka yang mendalam terhadap literatur klasik dan kontemporer, studi ini menelusuri apakah perilaku konsumsi didorong oleh kebutuhan (ḥājah) atau keinginan (raḡbah), serta bagaimana motivasi tersebut berelasi dengan tujuan sistem ekonomi konvensional dan Islam. Temuan penelitian menunjukkan bahwa utility berorientasi pada kepuasan subjektif berdasarkan preferensi individu, sedangkan maṣlaḥah menawarkan pendekatan yang lebih objektif, etis, dan berorientasi tujuan yang berakar pada maqāṣid al-sharī'ah. Konsumsi yang berlandaskan maṣlaḥah mengintegrasikan manfaat material dan keberkahan spiritual, sehingga mendorong kesejahteraan sosial dan tanggung jawab moral melebihi kepentingan individual. Perbedaan ini menegaskan adanya perbedaan epistemologis antara paradigma ekonomi Islam dan ekonomi neoklasik dalam memaknai perilaku rasional. Kontribusi spesifik penelitian ini terhadap pengembangan keilmuan internasional terletak pada upayanya dalam mengevaluasi ulang rasionalitas perilaku konsumen dengan mengintegrasikan kerangka normatif maṣlaḥah sebagai alternatif terhadap utilitarianisme. Studi ini memperluas cakrawala keilmuan ekonomi Islam dari yang semula berbasis fiqh menuju dimensi perilaku dan filosofis, serta memperkaya diskursus perbandingan dalam teori ekonomi, etika, dan kebijakan publik. Penelitian ini mendorong pemikiran ulang terhadap konsumsi sebagai aktivitas yang tidak semata mengejar kepuasan, melainkan sebagai model holistik yang mengintegrasikan etika, keadilan sosial, dan kesejahteraan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Utilitas, Maṣlaḥah, Ekonomi Islam, Maqāṣid Al-Sharī'ah

Pendahuluan

Dalam konsep ekonomi neo-klasik, individu dianggap rasional dalam tujuannya jika mampu mencapai maksimalisasi keuntungan (bagi produsen) dan kepuasan (bagi konsumen) dalam bentuk materi. Sehingga, setiap upaya untuk mencapai maksimalisasi keuntungan dan kepuasan non-materi, dianggap irasional dari aspek tujuan. Hal ini berbeda dengan konsep rasionalitas dalam ekonomi Islam yang selalu mempertimbangkan variabel keberkahan, *Maṣlahah* dan *falāḥ* dalam setiap pencapaian keuntungan dan kepuasan.¹

Konsep ekonomi mendefinisikan konsumsi sebagai sebuah rutinitas keharusan yang harus dilakukan oleh manusia dalam kehidupannya untuk memenuhi setiap kebutuhannya, baik berupa sandang, pangan, maupun papan. Dalam Islam, terdapat tiga jenis kebutuhan, yaitu kebutuhan *darūriyāt*, *ḥājīyāt*, dan *taḥsiniyāt*.

Konsumsi merupakan rutinitas yang harus dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupannya dalam memenuhi setiap kebutuhannya, baik sandang, pangan maupun papan. Dalam Islam, secara spesifik, konsumsi diarahkan pada keseimbangan dua hal, yaitu konsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.² Kebutuhan dalam Islam disebut kebutuhan *darūriyāt*, *ḥājīyāt*, dan *taḥsiniyāt*. Ketiga kebutuhan tersebut memiliki prioritas yang harus dipenuhi, dan tidak dapat ditunda. Dalam praktik konsumsi, terkadang sulit membedakan antara kebutuhan (*need/ḥājah*) dan keinginan (*want/raḡbah*). Meninggalkan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi dalam kadar yang pantas bagi dirinya, keluarganya, dan orang-orang terdekatnya. Manusia secara mutlak dilarang untuk beribadah tanpa mengutamakan kebutuhan jasmani.

Setiap hari, manusia membuat sejumlah keputusan tentang bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti memilih bagaimana menggunakan waktu dan uang untuk membeli barang dan jasa yang dibutuhkan. Dalam membuat pilihan, seseorang harus menyeimbangkan antara kebutuhan, preferensi dan ketersediaan sumber daya. Keputusan seseorang untuk memilih alokasi akan melahirkan permintaan, yang akan diikuti oleh produksi. Oleh karena itu konsumsi (*demand*), produksi (*supply*), dan distribusi merupakan mata rantai ekonomi yang tidak dapat dipisahkan.

Budaya konsumerisme telah menjadi ideologi dan tuntutan gaya hidup manusia saat ini. Jean Baudrillard mengatakan bahwa konsumerisme adalah budaya konsumsi modern, yang dapat menciptakan pergeseran dari mode produksi ke mode konsumsi, dari rasio ke keinginan konsumsi.³ Sehingga hal ini menjadi mitos yang berujung pada pemborosan yang tak terbendung, karena masyarakat tidak lagi memikirkan eksploitasi dan produksi manusia (jasa) dan alam (barang), tetapi diliputi pemikiran konsumsi terus menerus.

Perilaku konsumen konvensional adalah konsumen yang rasional yang akan berusaha memaksimalkan kepuasan dalam menggunakan pendapatannya untuk membeli barang dan jasa.⁴ Konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk

¹ Munrokhim Misanam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008), 131.

² Siti Maghfiroh, Saiful Ansori, dan Umi Khomsiyatun, "Konsep Masalah dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami pada Bulan Ramadhan di Indonesia," *Jurnal Penelitian Agama* 23, no. 1 (Juni 2022): 109–24; Rini Idayanti, "Model Konsumsi Peduli Masalah Ibu-Ibu Milenial," *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research* 4, no. 1 (2020): 136–54.

³ Myths ND Structures, *The Consumer Society*, trans. oleh Jean Baudrillard (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), 45; Rahmat Ilyas, "Konsep Masalah dalam Konsumsi ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 1, no. 1 (Maret 2015): 9–24.

⁴ Rika Widianita, Ariyun Anisah, dan Khadijah Nurani, "Maksimum Masalah dalam Pengeluaran Konsumsi," *el-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (November 2021): 1–15.

memperoleh kepuasan (*utility*) dalam aktivitas konsumsinya. Setiap individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui kegiatan konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal berdasarkan tingkat pendapatannya.⁵ Dalam ekonomi konvensional, kebutuhan dan keinginan tidak dapat dipisahkan. Dalam hal ini, setiap individu memiliki kebutuhan yang akan diterjemahkan oleh keinginannya.⁶ Seseorang yang membutuhkan makanan karena perutnya lapar, akan mempertimbangkan beberapa keinginan dalam memenuhi kebutuhannya. Misalnya, karena sebagian orang membutuhkan makanan karena lapar, maka semua konsumen dari latar belakang budaya yang berbeda akan berbeda dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam perspektif Islam, kebutuhan ditentukan oleh *maṣlaḥah*. Pembahasan pemenuhan kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka *maqashid al-syari'ah*. Jelasnya, tujuan *syari'ah* harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Konsumsi dilakukan dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah swt. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional yang tidak memisahkan keinginan (*need*) dan kebutuhan (*want*), sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme. Karena banyak orang memaksakan keinginannya, seiring dengan beragamnya produk dan jasa. Banyak orang yang mengutamakan keinginannya karena tuntutan gaya hidup daripada mempertimbangkan keuntungan yang ada. Meski harus dipisahkan antara kebutuhan dan keinginan, untuk menjembatani beberapa keinginan yang tak terbendung.

Studi tentang perilaku konsumen tidak berhenti sampai sekarang. Beberapa artikel telah menjelaskan tentang perilaku konsumen baik secara konvensional maupun dalam ekonomi Islam, termasuk pilihan antara keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang apakah konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, dan *utility* sebagai tujuan konsumsi konvensional, serta antara konsumsi *utility* dan *Maṣlaḥah* yang mana lebih menguntungkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*library research*), yakni penelitian yang obyek kajiannya menggunakan data pustaka berupa buku-buku sebagai sumber datanya.⁷ Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisis berbagai literatur yang ada, baik berupa al-Qur'an, hadits, kitab-kitab, maupun hasil penelitian. Hasil penelitian ini diuraikan secara sistematis, yang mengkaji lebih jauh konsep perilaku konsumen berdasarkan orientasinya antara *utility* dan *maṣlaḥah*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang apakah konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, dan bagaimana perbedaan antara *maṣlaḥah* sebagai tujuan konsumsi dalam Islam, dan utilitas sebagai tujuan konsumsi konvensional, serta antara konsumsi utilitas dan *maṣlaḥah* yang mana lebih menguntungkan.

Hasil Penelitian

Konsep Konsumsi

Konsumsi merupakan kegiatan ekonomi yang penting. Produksi-konsumsi-distribusi adalah tiga mata rantai yang saling berkaitan. Kegiatan produksi berjalan

⁵ Moh Arifin, "Spriritual Konsumsi dalam Ekonomi Islam: Pendekatan Filsafat dan Al Qur'an," *Iqtisadie: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 1 (2021): 113–39.

⁶ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

⁷ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 9.

karena ada yang mengkonsumsi, kegiatan konsumsi ada karena ada pihak yang memproduksi dan kegiatan distribusi timbul karena adanya kesenjangan antara konsumsi dan distribusi.

Teori perilaku konsumsi dalam ekonomi konvensional tidak bebas nilai, tetapi dibangun dan dipandu oleh dua nilai dasar, yaitu rasionalisme dan utilitarianisme. Rasionalisme ekonomi menyiratkan bahwa setiap konsumen mengkonsumsi sesuai dengan sifat *homo economicus*-nya, yaitu konsumen berperilaku untuk kepentingannya sendiri, sehingga perhitungan yang benar dari setiap perilaku ekonomi untuk mencapai kesuksesan selalu diukur dengan pencapaian materialistis. Sedangkan nilai utilitarianisme adalah pandangan yang mengukur benar atau salah dan baik atau buruk berdasarkan kriteria senang dan menderita. Sesuatu dianggap benar atau baik ketika memberikan kesenangan, dan sebaliknya dianggap salah atau buruk jika tidak memiliki kekuatan untuk menciptakan kesenangan. Dengan dua nilai dasar tersebut maka perilaku konsumsi seseorang akan bersifat individualistis, diwujudkan dalam bentuk segala barang dan jasa yang dapat memberikan kesenangan dan kenikmatan.

Konsumsi adalah bagian dari pendapatan yang digunakan untuk membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi juga disebut sebagai penggunaan barang dan jasa secara terus-menerus dan terakhir untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.⁸ Sedangkan menurut ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan pemakaian barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup.

Terdapat dua pendekatan yang menjelaskan tentang perilaku konsumsi, yaitu pendekatan *marginal utility* dan pendekatan *indifference curve*.⁹ Pendekatan *marginal utility* dimulai dari asumsi bahwa kepuasan setiap pelanggan dapat diukur atau dikuantifikasi dalam uang atau satuan kardinal lainnya, seperti mengukur volume air, panjang jalan atau berat benda. Sedangkan *indifference curve* dimulai dari asumsi bahwa tingkat kepuasan konsumen tidak dapat diukur, tetapi utilitas dapat dinyatakan dalam pengukuran ordinal yang bersifat kualitatif seperti baik, sangat baik, dan terbaik.

Dalam ilmu ekonomi, *utility* adalah jumlah kesenangan atau kepuasan relatif yang dicapai. Dengan angka ini, seseorang dapat menentukan atau mengurangi *utility*, kemudian menjelaskan kebiasaan ekonomi dalam koridor peningkatan kepuasan seseorang.

Konsep Utilitas dan Masalah

Perilaku konsumen dalam Islam menekankan pada konsep dasar bahwa manusia cenderung memilih barang dan jasa yang memberikan manfaat maksimal. Hal ini sesuai dengan rasionalitas ekonomi Islam bahwa setiap pelaku ekonomi ingin meningkatkan keuntungan yang diperolehnya dalam mengkonsumsi.

Tujuan lain dari konsumen adalah untuk mencapai *masalah*. Tercapainya *Masalah* merupakan tujuan syariat Islam yang menjadi tujuan kegiatan konsumsi.¹⁰ *Masalah* digunakan dalam ekonomi Islam, karena penggunaan asumsi manusia yang bertujuan mencari kepuasan (*utility*) yang maksimal tidak mampu menjelaskan apakah barang yang memuaskan selalu identik dengan barang yang memberikan

⁸ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 225.

⁹ Aisa Manilet, "Kedudukan Masalah dan Utility (Masalah Versus Utility)," *Tahkim* 11, no. 1 (Juni 2015).

¹⁰ *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, 202; Zulfa Suryani, "Penerapan Konsep Masalah Dalam Konsumsi Untuk Mencapai Maximum Utility," *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (April 2023): 208–19.

manfaat atau berkah bagi penggunaannya. Selain itu, batasan seseorang dalam mengkonsumsi hanya sebatas kemampuan anggaran tanpa mempertimbangkan kaidah dan prinsip syariat.

Perilaku konsumen dalam Islam menekankan pada konsep dasar bahwa manusia cenderung memilih barang dan jasa yang memberikan manfaat maksimal.¹¹ Hal ini sesuai dengan rasionalitas dalam ekonomi Islam bahwa setiap pelaku ekonomi ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya dalam konsumsi. Dalam al-Qur'an, kata masalah sering disebut dengan istilah kemaslahatan yang berarti kebaikan yang berkaitan dengan materi, fisik, dan psikis. *Maṣlahah* sering diungkapkan dengan istilah lain seperti hikmah, hudā dan barakah, yang berarti pahala baik yang dijanjikan Allah dari dunia ini ke akhirat. Dengan demikian, masalah mengandung makna manfaat dunia dan akhirat.

Konsep *maṣlahah* berhubungan dengan kebutuhan, sedangkan kepuasan berhubungan dengan keinginan. Dengan demikian, kepuasan merupakan hasil dari terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan hasil dari terpenuhinya kebutuhan. Akan tetapi, pemenuhan suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan, apalagi jika kebutuhan tersebut didasari dan diinginkan sehingga akan merasakan *Maṣlahah* sekaligus kepuasan. Berbeda dengan kepuasan individualistik, masalah tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga dapat dirasakan oleh orang lain atau kelompok orang.

Dari segi kualitasnya, *maṣlahah* dibagi dalam beberapa bagian, yaitu:¹²

1. *Maṣlahah Darūriyyāt*, yaitu kemaslahatan yang terkait dengan kebutuhan dasar umat manusia di dunia dan di akhirat. Artinya tanpa ini manusia tidak akan bisa hidup. Ada lima manfaat seperti ini, yaitu (1) menjaga agama, (2) menjaga jiwa, (3) menjaga akal, (4) menjaga keturunan, dan (5) menjaga harta.
2. *Maṣlahah Hājiyyāt*, yaitu kemaslahatan yang dibutuhkan dalam menyempurnakan kemaslahatan utama. Dalam artian, kemaslahatan ini mendukung tercapainya kemaslahatan utama yang dalam penerapannya berupa keringanan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Contohnya berburu binatang dan makan makanan enak.
3. *Maṣlahah Tahṣiniyyāt*, yaitu manfaat yang bersifat komplementer berupa fleksibilitas yang dapat melengkapi manfaat sebelumnya. Tanpa terpenuhinya kemaslahatan ini, manusia tetap dapat melanjutkan hidupnya, namun kemaslahatan ini juga mendukung tercapainya kemaslahatan lainnya. Misalnya, dianjurkan untuk makan makanan bergizi dan berpakaian bagus.

Islam mengakui bahwa *maṣlahah* masih menyisakan ruang bagi subjektivitas, namun setidaknya dapat dikatakan bahwa konsep *Maṣlahah* lebih objektif daripada konsep *utility*, dengan alasan sebagai berikut:¹³

1. *Maṣlahah* relatif lebih objektif karena didasarkan pada pertimbangan obyektif (kriteria tentang halal dan baik) sehingga suatu objek ekonomi dapat diputuskan apakah ia memiliki masalah atau tidak. Sedangkan *utility* didasarkan pada kriteria yang lebih subjektif, karena dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Misal, minuman keras bagi seorang muslim adalah haram karena dilarang oleh agama, karena kerugiannya lebih besar dari masalah yang dapat merusak akal. Sedangkan dalam konsep kegunaan, minuman keras memiliki manfaat walaupun bersifat relatif, tergantung keadaan masing-masing individu.

¹¹ Anita Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011), 69.

¹² *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*.

¹³ Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam*, 63.

2. *Maṣlahah* individu relatif konsisten dengan manfaat sosial, di sisi lain, *utility* individu sering bertentangan dengan utilitas sosial. Hal ini terjadi karena dasar penentuannya lebih objektif sehingga lebih mudah untuk membandingkan, menganalisis dan menyesuaikan antara individu dan kelompok sosial, misalnya minuman keras memiliki kegunaan bagi individu yang menyukainya tetapi tidak memiliki kegunaan sosial.
3. Jika *Maṣlahah* dijadikan tujuan semua pelaku ekonomi, maka semua kegiatan ekonomi masyarakat, baik konsumsi, produksi maupun distribusi akan mencapai tujuan yang sama yaitu kesejahteraan. Hal ini berbeda dengan *utility* dalam ekonomi konvensional, konsumen mengukurnya dari kepuasan yang diperoleh konsumen dan keuntungan maksimal bagi produsen dan distributor, sehingga akan tercapai tujuan yang berbeda.
4. Dengan konsep *maṣlahah* dapat membedakan satu orang dengan yang lainnya. Misalnya, orang yang melindungi hidupnya dengan mengonsumsi buah tentu berbeda dengan orang yang mengonsumsi buah untuk menjaga kesehatannya.

Kriteria *maṣlahah* bersifat jelas dan faktual, artinya objektif, terukur dan nyata, produktif artinya masalah berdampak konstruktif bagi kehidupan Islam, tidak merugikan masyarakat, artinya tidak ada konflik antara masalah individu dan sosial. Sementara itu, dalam konteks perilaku konsumen, konsep *maṣlahah* juga dibedakan dari utilitas. *Utility* didefinisikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa. Sedangkan konsep masalah diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan prinsip kebutuhan dan prioritas.

Kandungan *maṣlahah* terdiri dari manfaat dan berkah. Dalam perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Ia merasakan manfaat dari kegiatan konsumsi jika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau materi. Di sisi lain, berkah yang dia dapatkan ketika dia mengonsumsi barang atau jasa yang diizinkan oleh hukum Islam.

Mengonsumsi yang halal saja adalah ketaatan kepada Allah SWT. jadi, dia mendapat hadiah. Imbalan ini kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Di sisi lain, konsumen tidak akan mengonsumsi barang atau jasa yang haram karena tidak membawa berkah. Mengonsumsi yang haram hanya akan menimbulkan dosa yang pada akhirnya akan bermuara pada azab Allah SWT. Dengan demikian, mengonsumsi yang diharamkan justru memberikan berkah yang negatif.

Maṣlahah adalah kepemilikan atau kekuasaan atas barang atau jasa yang memelihara prinsip dasar dan tujuan hidup manusia di dunia. Shatibi telah menjelaskan lima kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk eksistensi kehidupan manusia di dunia, yaitu kehidupan, kekayaan, iman, akal dan keturunan. Semua barang dan jasa yang mendorong dan bermutu tinggi dalam memelihara kelima unsur tersebut disebut *maṣlahah*.¹⁴

Seorang muslim membutuhkan atau memproduksi semua barang dan jasa yang *maṣlahah* tergantung pada barang atau jasa yang cenderung mempertahankan unsur-unsur dasarnya. Barang atau jasa yang melindungi unsur ini akan lebih bermanfaat, diikuti oleh barang atau jasa yang akan meningkat dan barang yang hanya mempercantik kebutuhan pokok. Dalam konteks perilaku konsumen, konsep masalah juga dibedakan dari *utility*. *Utility* didefinisikan sebagai konsep kepuasan dalam konsumsi barang dan jasa. Sedangkan konsep masalah diartikan sebagai

¹⁴ *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, 200.

konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan kebutuhan dan prioritas. Kedua konsep ini berbeda karena dibentuk oleh epistemologi yang berbeda.

Pembahasan

Makna Konsumsi, Utility, dan Maṣlahah serta Problematika Konsumsi

Konsumsi adalah penggunaan barang-barang manufaktur, berupa (pakaian, makanan, dll), seperti barang-barang yang langsung memenuhi kebutuhan hidup kita.¹⁵ *Utility* secara harfiah berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau bermanfaat (*advantage*). Dalam konteks ekonomi, *utility* didefinisikan sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh konsumen ketika mengkonsumsi suatu barang. Kegunaan ini juga bisa dirasakan sebagai rasa “membantu” dari suatu kesulitan karena mengkonsumsi barang tersebut. Karena pengertian tersebut, utilitas sering diartikan sebagai rasa kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang. Jadi, kepuasan dan *utility* dianggap sama, meskipun kepuasan sebenarnya adalah hasil dari utilitas.¹⁶

Maslahah menurut Imam al-Shatibi, adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang menunjang unsur pokok dan tujuan hidup manusia di muka bumi ini.¹⁷ Menurutnya, *maṣlahah* memiliki lima unsur dasar, yaitu: keyakinan (*al-dīn*), jiwa atau jiwa (*al-nafs*), keluarga atau keturunan (*al-nasb*), harta atau harta (*al-māl*), intelektual (*al-‘aql*). Kelima unsur ini disebut *maqashid al-sharī‘ah*. Semua barang dan jasa yang menunjang tercapai, dan pemeliharaan kelima unsur ini pada setiap individu disebut *maṣlahah*. Semua kegiatan untuk memenuhi kesejahteraan dunia dan akhirat (*falāḥ*) memiliki *maṣlahah* bagi manusia yang disebut kebutuhan, dan semua kebutuhan tersebut harus dipenuhi, upaya untuk mencapai tujuan tersebut merupakan salah satu kewajiban dalam agama.

Dalam melakukan pemenuhan terhadap keinginan, seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Faktor-faktor kebudayaan: Kebudayaan, Subbudaya, Kelas social.
2. Faktor-faktor sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status
3. Faktor pribadi: umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
4. Faktor-faktor psikologi: motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Keempat faktor tersebut sangat berpengaruh bagi seorang konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi guna memenuhi keinginannya, dan dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu barang atau jasa tertentu yang terdiri dari rangkaian peristiwa yaitu pengenalan masalah, informasi pencarian, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.¹⁸ Seseorang dalam mengkonsumsi, seolah-olah tidak dapat dipisahkan antara kebutuhan dan keinginan, karena keduanya jika tidak terpenuhi akan menimbulkan akibat yang sama yaitu kelangkaan dalam perekonomian, sehingga ilmu ekonomi konvensional menyamakan keduanya. Usaha seseorang dalam memanfaatkan potensi waktu dan

¹⁵ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 152.

¹⁶ Mustafa Edwin Nasution dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 69.

¹⁷ Nasution dkk., 62.

¹⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumsi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 10–14; Moh Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti, “Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19,” *el-Qisṭ: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (Oktober 2020): 160–78.

dana atau uang adalah untuk memenuhi kebutuhannya, karena semua manusia mempunyai kebutuhan yang tidak dapat diabaikan yang dalam ilmu ekonomi disebut kebutuhan primer, sekunder dan pelengkap atau dalam ilmu ekonomi Islam dikenal dengan istilah *darūriyāt*, *hājīyāt*, dan *tahsiniyāt*. Kebutuhan primer atau *darūriyāt*, merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, jika tidak maka akan menimbulkan kerusakan jiwa seseorang.¹⁹

Pemenuhan kebutuhan primer atau darurat inilah yang akan menimbulkan suatu pilihan, dan peran keinginan sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan, walaupun pilihan tersebut ditentukan dan dipengaruhi oleh kemampuan atau ketersediaan dana. Keinginan seseorang akan erat kaitannya dengan konsep kepuasan. Sehingga akan mengarah pada pemenuhan kebutuhan dengan cara berlebihan (*iṣrāf*), dan *tabdhīr*. Keinginan ini kemudian bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Ketika seseorang "need" makan karena lapar, ia mungkin "want" membeli sepiring nasi mulai dari Rp. 5.000 yang biasanya dibeli di toko sampai dengan Rp. 1.000.000 dari restoran. Bahkan bisa lebih mahal tergantung produk yang mereka makan. Ketika dia menginginkan makanan yang sesuai dengan kebutuhannya saja, dan tidak mengarah pada konsumerisme, maka hal itu tidak akan menjadi masalah. Namun kemajuan ekonomi saat ini menjadikan makanan sebagai gaya hidup yang menggelincirkan manusia ke dalam perilaku (*iṣrāf*) dan *tabdhīr*.²⁰

Islam memisahkan kebutuhan dari keinginan, karena mengikuti keinginan akan mengarah pada konsumerisme. Meskipun satu rumah tangga mampu memenuhi tiga kebutuhan, namun Islam tetap tidak menganjurkan, bahkan melarang pengeluaran yang berlebihan dan terlihat mewah, serta tidak bermanfaat, karena dapat mendatangkan kerusakan dan kehancuran (QS al-Isra': 16).

وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيَّهَا الْقَوْلُ فَمَزَرُهَا تَدْمِيرًا

Artinya:

“Dan jika Kami hendak membinasakan suatu negeri, maka Kami perintahkan kepada orang yang hidup mewah di negeri itu (agar menaati Allah), tetapi bila mereka melakukan kedurhakaan di dalam (negeri) itu, maka sepiantasnya berlakulah terhadapnya perkataan (hukuman Kami), kemudian Kami binasakan sama sekali (negeri itu).”

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa tidak boleh melakukan hal-hal yang boros dan berlebihan, serta tidak bermanfaat, karena dapat merusak. Namun demikian bukan berarti manusia boleh pelit, melainkan harus sedang-sedang saja/*wasāṭan* (tidak kikir dan tidak boros) dalam membelanjakan harta, seperti pada ayat di bawah ini (QS. Al-Furqaan: 67, dan QS al Isra': 29).

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”

¹⁹ Nasution dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, 67.

²⁰ Rahmat Gunawijaya, “Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam,” *Al-Maslahah* 13, no. 1 (April 2017): 131–50.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya:

“Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal.”

Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan properti yang adil dan seimbang. Cara ini akan melahirkan banyak peluang untuk peduli terhadap kehidupan sosial masyarakat. Dalam mewujudkan konsumsi yang moderat/wajar, seseorang harus mengikuti etika konsumsi, yaitu Tauhid (*Unity* /Kesatuan) (QS. Al-Dhāriyāt: 56), adil (*Equilibrium* /keadilan) (QS. al-Baqarah: 168) dan (QS. al-A’rāf: 32, QS. Al-Isrā’: 16), *Free Will* (Kehendak Bebas), Amanah (*Responsibility* /pertanggungjawaban), Halal (QS. al-Baqarah: 173 dan QS. Tāha: 81), Sederhana (QS. al-A’rāf: 31 dan QS. al-Mā’idah: 87).²¹

Pemenuhan kebutuhan/*needs* merupakan tujuan kegiatan ekonomi Islam, dan upaya untuk mencapai tujuan tersebut merupakan salah satu kewajiban dalam agama, sebagaimana dikatakan Siddiqi, bahwa tujuan menyempurnakan kegiatan ekonomi menurut Islam antara lain: ²²

1. Memenuhi kebutuhan hidup seseorang secara sederhana
2. Memenuhi kebutuhan keluarga
3. Memenuhi kebutuhan jangka panjang
4. Menyediakan kebutuhan keluarga yang ditinggalkan
5. Memberikan bantuan sosial dan sumbangan menurut jalan Allah

Kebutuhan adalah konsep yang lebih berharga dari sekedar keinginan. Ingin ditentukan berdasarkan konsep *utility*, tetapi kebutuhan didasarkan pada konsep masalah. Tujuan syariah adalah kesejahteraan manusia (*maṣlaḥah al-‘ibād*).²³ Oleh karena itu semua barang dan jasa yang memberikan *maṣlaḥah* disebut kebutuhan manusia. Masalah ini diwujudkan dari kemaslahatan plus berkah, yaitu:

MANFAAT:

- Manfaat material = murah, kaya, dsb
- Manfaat fisik/psikis = aman, sehat, nyaman, dsb
- Manfaat intelektual = informasi pengetahuan
- Manfaat lingkungan = eksternalitas positif
- Manfaat inter-generation = kelestarian, keturunan

BERKAH:

- Kehalalan barang dan jasa
- Tidak *isrāf*
- Ridha Allah

Jika orang menginginkan lebih banyak barang atau jasa, maka ini akan tercermin dalam peningkatan permintaan barang atau jasa tersebut. Keinginan

21 Manilet, “Kedudukan Masalah dan Utility (Maslahah Versus Utility).”

22 Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise in Islam*, trans. oleh Anas Sidik (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 15.

23 Suharyono Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *AL-INTAJ* 4, no. 2 (September 2018): 308–27.

seseorang untuk membeli/memiliki barang/jasa dapat timbul karena adanya faktor kebutuhan atau keinginan. Kebutuhan ini berkaitan dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang dapat berfungsi dengan sempurna, seperti pintu, jendela dan ubin yang merupakan kebutuhan hunian. Demikian juga kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia agar berfungsi dengan sempurna, berbeda dan lebih mulia dari makhluk lain, misalnya pakaian, dan lain-lain.

Kebutuhan dan Keinginan

Desire berkaitan dengan keinginan/harapan seseorang yang jika terpenuhi belum tentu mengarah pada kesempurnaan fungsi manusia atau barang. Misalnya seseorang dalam membangun rumah menginginkan warna yang nyaman, interior yang rapi dan indah, dan lain sebagainya. Kesemuanya itu tidak serta merta menambah fungsi sebuah rumah, namun akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pemilik rumah. Suka atau tidak sukanya seseorang terhadap barang/jasa, bersifat subjektif, tidak dapat dibandingkan antara satu orang dengan orang lainnya, perbedaan ini merupakan cerminan dari perbedaan keinginan. Secara umum pemenuhan kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual atau materi, sedangkan pemenuhan keinginan akan meningkatkan kepuasan/manfaat psikologis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah dan kepuasan, tetapi jika kebutuhan tersebut tidak didasari oleh keinginan hanya akan memberikan manfaat, jika yang diinginkan bukanlah kebutuhan, maka pemenuhan keinginan hanya akan memberikan kepuasan. Secara umum, karakteristik kebutuhan dan keinginan dapat dibedakan sebagai berikut: ²⁴

Tabel 1. Karakteristik kebutuhan dan Keinginan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat/nafsu manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntutan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Dalam penelitiannya, Abadi mengatakan bahwa keputusan pembelian dapat diartikan sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.²⁵ Perbedaan antara kebutuhan dan keinginan tersebut, jelas menunjukkan, bahwa kebutuhan merupakan hal yang tidak dapat ditunda, karena merupakan tuntutan bagi setiap orang, setiap orang dapat merasakan fungsi, manfaat dan berkah (*maṣlahah*) dari apa yang dikonsumsi, sedangkan keinginan muncul

²⁴ Manilet, "Kedudukan Masalah dan Utility (Masalah Versus Utility)," 103.

²⁵ Rukhul Abadi, "Pengaruh Facebook dan Instagram Terhadap Pilihan Konsumen untuk Berbelanja di Toko Basmalah Cabang Sidogiri," *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (Oktober 2020): 146–59.

dari keinginan manusia, dalam pilihan untuk mengkonsumsi sesuai selera, dan sifatnya subjektif, bisa berbeda antara satu orang dengan yang lain, tetapi keinginan ini bisa dikendalikan, jika ditunda atau tidak dipenuhi tidak akan merugikan manusia.

Semua barang dan jasa yang mendorong dan berkualitas tinggi dalam memelihara lima unsur dalam *maqāṣid al-sharī'ah* disebut *maṣlahah*.²⁶ Seorang muslim yang didorong oleh agamanya membutuhkan atau memproduksi semua barang dan jasa yang masalah tergantung pada barang atau jasa yang cenderung mempertahankan unsur-unsur dasarnya.²⁷ Barang atau jasa yang melindungi unsur ini akan lebih bermanfaat, diikuti oleh barang atau jasa yang akan meningkat dan barang yang hanya mempercantik kebutuhan pokok. Dalam ekonomi Islam, *maṣlahah* lebih objektif daripada konsep *utility* untuk menganalisis perilaku pelaku ekonomi. Beberapa perbedaan keunggulan konsep *maṣlahah* dibandingkan dengan *utility*:²⁸

1. *Maṣlahah* lebih objektif, karena berangkat dari pemenuhan kebutuhan. Karena kebutuhan ditentukan berdasarkan pertimbangan rasional normatif, maka akan ada kriteria objektif tentang apakah suatu objek ekonomi bermasalah atau tidak. Sedangkan dalam *utility*, orang mendasarkan pada kriteria subjektif, karena bisa berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Sebagai gambaran apakah alkohol memiliki kegunaan atau tidak ditentukan secara berbeda berdasarkan kriteria yang berbeda. Mungkin bagi pecandu alkohol, kegunaannya sangat tinggi karena dapat membantu menghilangkan masalah yang mereka alami, tetapi bagi yang lain, minum alkohol hanya dapat menyebabkan kerugian. Demikian pula, apakah mobil Mercedes adalah utilitas ditentukan oleh kriteria yang berbeda. Mobil memberikan kenyamanan sehingga menjadi *utility* atau pajangan, kebanggaan dan gengsi bagi seseorang atau karena menyukai desainnya, ini juga *utility*. Jadi, ada banyak kriteria yang menjadi dasar seseorang untuk menentukan apakah segala sesuatu memiliki kegunaan atau tidak. Hal ini tidak terkandung dalam konsep *maṣlahah*, kriterianya jelas/pasti bagi setiap orang dan keputusan dibuat berdasarkan kriteria tersebut.
2. *Maṣlahah* bagi setiap individu selalu sejalan dengan masalah sosial, utilitas yang berbeda dalam diri seseorang seringkali berbenturan dengan kepentingan sosial. Hal ini terjadi karena dasar penentuannya lebih objektif, sehingga memudahkan untuk membandingkan, menganalisis dan menyesuaikan antara satu orang dengan orang lain, antara individu dan kelompok sosial. Konsistensi ini akan mengurangi konflik sosial dan mempermudah perumusan kebijakan ekonomi.
3. Apabila *maṣlahah* dijadikan tujuan semua pelaku ekonomi (produsen, konsumen, distributor) maka arah pembangunan ekonomi akan mengarah pada titik yang sama. Hal ini akan mempercepat dan meningkatkan kualitas pencapaian tujuan pembangunan yaitu kesejahteraan hidup. Hal ini berbeda dengan utilitas, dimana konsumen mengukurnya dari pemenuhan keinginannya sedangkan produsen dan distributor dari tingkat keuntungan yang dapat diperoleh, sehingga tujuan dan arah yang ingin dicapai berbeda.

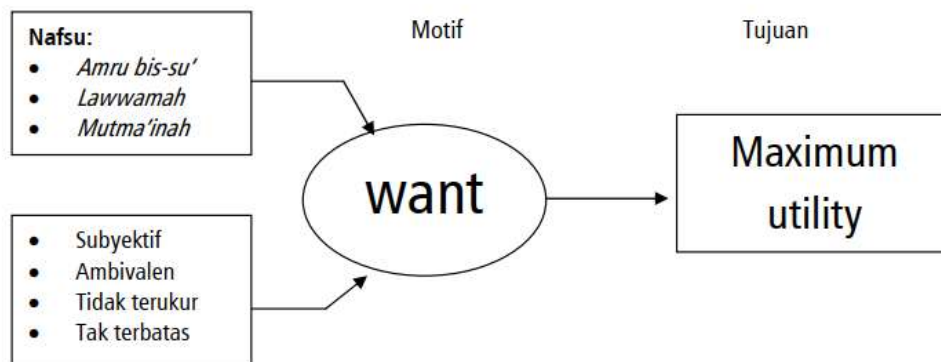
²⁶ Asyraf Wajdi Dusuki dan Nurdianawati Irwani Abdullah, "Maqasid al-Shariah, Maslahah, and corporate social responsibility," *American Journal of Islamic Social Sciences* 24, no. 1 (2007).

²⁷ Rina Qurniawati, Yulfan Nurohman, dan Aulia Fatharani, "Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia," *el-Qisr: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 12, no. 1 (April 2022): 17–37.

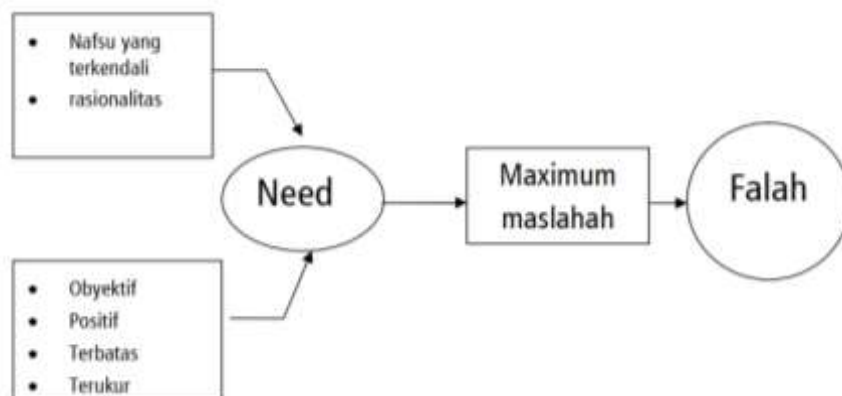
²⁸ M. Fahmi Khan, *Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective dalam Sayyid Tahir* (Selangor: Longman Malaysia, 1992), 74–75; M.B. Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 126–28.

4. *Maṣlahah* merupakan konsep yang lebih luas (akuntabel) dan dapat diperbandingkan (*comparable*) sehingga lebih mudah untuk menetapkan prioritas dan tahapan dalam pemenuhannya. Hal ini akan memudahkan perencanaan alokasi anggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Di sisi lain, mudah untuk mengukur tingkat utilitas dan membandingkannya dari satu orang ke orang lain bahkan ketika mengkonsumsi barang ekonomi yang sama. Misalnya seorang A dapat mempertahankan hidupnya dengan makan apel sambil memakannya untuk meningkatkan kesehatannya. Dalam hal ini masalah untuk A lebih dari B.

Motif tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional dapat digambarkan sebagai berikut:



Sedangkan, motif tujuan konsumsi dalam ekonomi Islam dapat digambarkan sebagai berikut:



Utilitas dan *maṣlahah* merupakan dua kriteria perilaku konsumen yang berbeda, yaitu antara pemenuhan kebutuhan dan kepuasan berdasarkan orientasi perilaku konsumen. Namun, kemaslahatan dan kemanfaatan sama-sama merupakan tujuan dan dapat dicapai oleh keduanya tanpa merugikan. Seorang konsumen mengejar keuntungan dari utilitas dan masalah bergantung pada motif melakukan konsumsi.

Menurut Imam as-Shatibi dan imam al-Ghazali masalah dari sesuatu harus memenuhi beberapa kriteria: ²⁹

²⁹ Ausaf Ahmad, *Lecture on Islamic Economic* (Jeddah: Islamic Research and Training Institute, 1992), 120; Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, 128.

1. Jelas dan faktual, sehingga kemaslahatan itu objektif, terukur dan nyata
2. Ia produktif, sehingga masalah memiliki dampak konstruktif bagi kehidupan Islam.
3. Tidak menimbulkan konflik keuntungan antara pihak swasta dan pemerintah. Jadi ada keselarasan masalah dalam pandangan pemerintah dengan pandangan swasta atau masyarakat.
4. Tidak menimbulkan harmonisasi pandangan pemerintah dengan pandangan swasta atau masyarakat.
5. Dan tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat, sehingga tidak terjadi konflik antara masalah individu dengan masalah sosial.

Dalam penelitiannya, Rachmawati menyatakan bahwa konsep *utility* bersifat sangat subjek karena bertolak dari pemenuhan kebutuhan yang memang bersifat subjek. Sementara itu konsep masalah relatif lebih obyektif karena bertolak dari pemenuhan keinginan yang memang relatif lebih obyektif dibandingkan kebutuhan.³⁰ Jika dalam ekonomi konvensional, konsumen selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*), maka dalam ekonomi Islam konsumen bertujuan untuk mencapai *masalah*.³¹ Tercapainya *Maṣlahah* merupakan tujuan syariat Islam (*maqashid al-syariah*) yang merupakan tujuan dari kegiatan konsumsi. *Maṣlahah* digunakan dalam ekonomi Islam, karena penggunaan asumsi manusia yang bertujuan mencari kepuasan (*utility*) yang maksimal tidak mampu menjelaskan apakah barang yang memuaskan akan selalu identik dengan barang yang memberikan manfaat atau berkah bagi penggunaanya. Selain itu, batasan seseorang dalam mengkonsumsi hanya sebatas kemampuan anggaran, tanpa mempertimbangkan kaidah dan prinsip syariat.

Kesimpulan

Utility dan *maṣlahah* merupakan dua kriteria perilaku konsumen yang berbeda, yaitu antara pemenuhan kebutuhan dan kepuasan berdasarkan orientasi perilaku konsumen. Tujuan konsumsi adalah untuk memaksimalkan manfaat, bukan kepuasan. *Maṣlahah* adalah kebaikan yang dirasakan seseorang dengan pihak lain. Sedangkan *utility* adalah kepuasan yang dirasakan seseorang yang dapat bertentangan dengan kepentingan orang lain. Jadi, kemaslahatan dan kemanfaatan sama-sama tujuan dan dapat dicapai oleh keduanya tanpa merugikan. Seorang konsumen mengejar keuntungan dari utilitas dan masalah bergantung pada motif melakukan konsumsi. Paradigma ekonomi konvensional perilaku konsumen didasarkan pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme dan rasionalitas saja. Prinsip ini membutuhkan perkiraan dan pengetahuan tentang konsekuensinya. Prinsip ini mendorong konsumen untuk memaksimalkan nilai guna dengan sedikit usaha dengan melupakan nilai-nilai kemanusiaan. Akibatnya, individualisme dan kepentingan pribadi tercipta. Kemudian keseimbangan umum tidak dapat dicapai dan terjadi kerusakan di bumi. Sementara itu, perilaku konsumen Islam didasarkan pada rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Islam memberikan konsep pemenuhan kebutuhan yang disertai dengan kekuatan moral, tidak adanya tekanan batin dan adanya hubungan yang harmonis antar sesama.

³⁰ Rachmawati dan Husni Thamrin, "Relevansi *Utility* dan *Maṣlahah* dalam Mikro Ekonomi Syariah," *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (Desember 2021): 1–9.

³¹ Panji Sudono Bektu dan Amin Wahyudi, "Utilitas Konsumen Muslim," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 3 (2022): 853–66; Agus Tomi, "Hukum Utilitas dalam Ekonomi Islam," *At-Taajir* 1, no. 1 (2019): 11–18.

Daftar Pustaka

- Abadi, Rukhul. "Pengaruh Facebook dan Instagram Terhadap Pilihan Konsumen untuk Berbelanja di Toko Basmalah Cabang Sidogiri." *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (Oktober 2020): 146–59.
- Abdi, Moh Khoiri, dan Novi Febriyanti. "Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19." *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (Oktober 2020): 160–78.
- Ahmad, Ausaf. *Lecture on Isamic Economic*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute, 1992.
- Anto, M.B. Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Arifin, Moh. "Spriritual Konsumsi dalam Ekonomi Islam: Pendekatan Filsafat dan Al Qur'an." *Iqtisadie: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 1 (2021): 113–39.
- Bekti, Panji Sudono, dan Amin Wahyudi. "Utilitas Konsumen Muslim." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 3 (2022): 853–66.
- Dusuki, Asyraf Wajdi, dan Nurdianawati Irwani Abdullah. "Maqasid al-Shariah, Maslahah, and corporate social responsibility." *American Journal of Islamic Social Sciences* 24, no. 1 (2007).
- Gunawijaya, Rahmat. "Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam." *Al-Maslahah* 13, no. 1 (April 2017): 131–50.
- Hadi, Sutrisno. *Metodelogi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Idayanti, Rini. "Model Konsumsi Peduli Maslahah Ibu-Ibu Milenial." *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research* 4, no. 1 (2020): 136–54.
- Ilyas, Rahmat. "Konsep Maslahah dalam Konsumsi ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 1, no. 1 (Maret 2015): 9–24.
- Khan, M. Fahmi. *Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective dalam Sayyid Tahir*. Selangor: Longman Malaysia, 1992.
- Maghfiroh, Siti, Saiful Ansori, dan Umi Khomsiyatun. "Konsep Maslahah dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami pada Bulan Ramadhan di Indonesia." *Jurnal Penelitian Agama* 23, no. 1 (Juni 2022).
- Manilet, Aisa. "Kedudukan Maslahah dan Utility (Maslahah Versus Utility)." *Tahkim* 11, no. 1 (Juni 2015).
- Misanam, Munrokhim. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Nasution, Mustafa Edwin, Budi Setyanto, Nurul Huda, Muhammad Arief Mufraeni, dan Bey Sapta Utama. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.
- Qurniawati, Rina, Yulfan Nurohman, dan Aulia Fatharani. "Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia." *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 12, no. 1 (April 2022): 17–37.
- Rahmawati, dan Husni Thamrin. "Relevansi Utility dan Maṣlahah dalam Mikro Ekonomi Syariah." *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (Desember 2021): 1–9.
- Rahmawaty, Anita. *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2011.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen , Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumsi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *The Economic Enterprise in Islam*. Diterjemahkan oleh Anas Sidik. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Structures, Myths ND. *The Consumer Society*. Diterjemahkan oleh Jean Baudrillard. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005.
- Suharyono, Suharyono. "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam." *AL-INTAJ* 4, no. 2 (September 2018): 308–27.
- Suryani, Zulfa. "Penerapan Konsep Masalah Dalam Konsumsi Untuk Mencapai Maximum Utility." *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (April 2023): 208–19.
- Tomi, Agus. "Hukum Utilitas dalam Ekonomi Islam." *At-Taajir* 1, no. 1 (2019): 11–18.
- Wibowo, Sukarno, dan Dedi Supriadi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Widianita, Rika, Ariyun Anisah, dan Khadijah Nurani. "Maksimum Masalah dalam Pengeluaran Konsumsi." *el-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (November 2021): 1–15.