BAB III

KONSEP *HOMO ISLAMICUS* DALAM EKONOMI ISLAM

A. Konsep Rasionalitas *Homo Islamicus*

Konsep *homo Islamicus* dapat kita temukan dalam *Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal* yang ditulis oleh Agil. Agil mereferensikan istilah *homo Islamicus* kepada istilah *ibadurrahman* dalam Al-Quran surat Al-Furqan ayat 63, yang bunyinya sebagai berikut:[48]

وَعِبَادُ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى ٱلْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ ٱلْجَٰهِلُونَ قَالُوا۟ سَلَٰمًا

Artinya: *"Dan hamba-hamba Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di atas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan."* **(Q.S. Al-Furqan, 25:63)**

[48] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal*, dalam Sayyid Tahir, Dkk., (Peny.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*, (Petaling Jaya: Longman Malaysia Sdn. Bhd., 1992). h. 40

Dalam konsep Agil, perilaku *homo Islamicus* (*Islamic man*) adalah selalu konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang terkandung dalam dua sumber hukum Islam yang utama, yaitu Al-Quran dan As-Sunnah. Perilaku *homo Islamicus* dianggap rasional jika sesuai dengan aturan syariah dalam tujuan menciptakan masyarakat yang seimbang.[49]

Menurut Agil, "perilaku taat kepada syarit terwujud ketika seseorang merenungkan ciptaan Allah SWT dan tiba pada kesimpulan bahwa Allah SWT adalah pencipta alam semesta raya. Sehingga, hanya Allah SWT yang layak menentukan hukum yang mengarahkan kesuksesan manusia di dunia dan akhirat."[50]

Dalam perspektif Agil, rasionalitas *homo Islamicus* yang sesuai dengan norma-norma Islam tersebut akan terwujud dalam bidang ekonomi, jika seseorang tunduk pada prinsip-prinsip ekonomi seperti yang ditentukan oleh Penciptanya, yaitu Allah SWT.[51]

---

[49] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory,,,* h. 40
[50] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory,,,* h. 40.
[51] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory,,,* h. 40.

Jadi bagi Agil, konsep *homo Islamicus* bukan semata-mata konsep epistemologis, yang dirumuskan hanya untuk kepentingan analisis metodologis atas fenomena ekonomi yang terjadi sebagaimana dalam ekonomi konvensional.

Menurut Agil, Ekonomi konvensional memandang rasionalitas pelaku ekonomi dari cara bagaimana ia mengalokasikan pendapatannya untuk mencapai kepuasaan maksimum, sekalipun pendapatannya itu dialokasikan untuk membeli alkohol, maka ia tetap dianggap rasional.

Bagi Agil, perilaku konsumsi Alkohol tentu tidak akan ada dalam masyarakat Islam, karena perilaku semacam itu dalam ekonomi Islam adalah tidak rasional. Perilaku tersebut dianggap tidak rasional setidaknya karena dua hal sebagai berikut:

1. Merugikan konsumen itu sendiri dan masyarakat secara umum,
2. Kepercayaan akan adanya Hari Pembalasan di mana orang yang membangkang akan mendapat balasan.[52]

[52] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory*,,, h.41.

Menurut Agil, tipe pemilihan keputusan yang menekankan kualitas alami dari apa yang dipilih sebagaimana disyaratkan oleh rasionalitasnya adalah kompatibel dengan sejumlah ayat Al-Quran sebagaimana berikut ini:[53]

وَمِنْهُم مَّن يَقُولُ رَبَّنَآ ءَاتِنَا فِى ٱلدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِى ٱلْءَاخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ ٱلنَّارِ

Artinya: *Dan di antara mereka ada orang yang berdoa: "Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka".* **(Q.S. Al-Baqarah, 2: 201)**

قُل لَّا يَسْتَوِى ٱلْخَبِيثُ وَٱلطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ ٱلْخَبِيثِ ۚ فَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ يَٰٓأُو۟لِى ٱلْأَلْبَٰبِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan".* **(Q.S. Al-Maidah, 5:100)**

---

[53] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory,,,* h.41.

Jadi, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam, menegasikan perilaku konsumsi yang sifatnya merugikan diri sendiri maupun masyarakat secara keseluruhan, seperti konsumsi minuman beralkohol. Di mana, dalam Al-Quran dengan sangat jelas terdapat larangan mengonsumsi alkohol, sebagaimana ayat Al-Quran berikut ini:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡخَمۡرُ وَٱلۡمَيۡسِرُ وَٱلۡأَنصَابُ وَٱلۡأَزۡلَٰمُ رِجۡسٞ مِّنۡ عَمَلِ ٱلشَّيۡطَٰنِ فَٱجۡتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya* (*meminum*) *khamar, berjudi,* (*berkorban untuk*) *berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.* **(Q.S. Al-Maidah, 5:90)**

Pilihan keputusan semacam itu juga akan selalu konsisten, karena *worldview* Islam membangun perasaan batin untuk bertaqwa kepada Allah SWT dalam segala kondisi.[54] Karena, seorang *homo Islamicus* akan selalu menyadari bahwa:

---

[54] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory*,,, h. 41.

وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنتُمْ ۚ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: *Dan Dia (Allah) bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.* **(Q.S. Al-Hadid, 57:4)**

Selain itu, Menurut Agil *worldview* Islam juga menanamkan kualitas akuntabilitas, sebagaimana ayat Al-Quran berikut ini:[55]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.* **(Q.S. Al-Hasyr, 59:18)**

---

[55] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory,,,* h. 41.

Sedangkan, Siddiqi dalam *Islamic Consumer Behavior* menyatakan bahwa seorang *homo Islamicus* (individu Islam) akan mengatur perilakunya berdasarkan pandangan untuk mencapai kesesuaian yang maksimal dengan norma-norma Islam dan kepentingan sosial.[56]

Dalam konsep Siddiqi, rasionalitas yang mengatur perilaku *homo Islamicus* agar sesuai dengan norma-norma Islam ini muncul dari tujuan (motivasi) *homo Islamicus* yang terpengaruhi oleh spirit keIslaman. Di mana ia akan merasa puas jika hidup sesuai dengan norma-norma Islam, dan sebaliknya merasa tidak puas jika hidup tidak sesuai dengan norma-norma Islam. Misalnya, meminum *wine* justru akan membuat *homo Islamicus* merasa tidak puas, karena mengonsumsi minuman beralkohol tidak sesuai dengan norma-norma Islam.[57]

Menurut Siddiqi, rasionalitas yang sesuai dengan norma-norma Islam tersebut tidak akan membuat kita kehilangan basis ilmiah dalam menganalisis perilaku ekonomi seorang pelaku

---

[56] Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Islamic Consumer Behavior,* dalam Sayyid Tahir, Dkk., (Peny.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective,* (Petaling Jaya: Longman Malaysia Sdn. Bhd., 1992). h. 56.

[57] Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Islamic Consumer Behavior,,,* h. 55.

ekonomi. Karena berbicara secara ilmiah, perilaku rasional itu tidak mengasumsikan norma atau tujuan yang spesifik, tetapi hanya mengandaikan bahwa ada suatu norma atau tujuan. Dalam definisi Knight sebagaimana dikutip oleh Siddiqi, rasionalitas adalah *"the man who knows what he wants and orders his conduct intelligently with a view to getting it"*.[58]

Sehingga, seorang *homo Islamicus* yang mengatur perilakunya berdasarkan pandangan untuk mencapai kesesuaian yang maksimal antara perilakunya dengan norma-norma Islam adalah rasional, rasionalitas *homo Islamicus* tersebut tidak bertentangan dengan konsep rasionalitas yang didefinisikan oleh Knight di atas.

Dalam *Some Notes on Teaching Economics in An Islamic Framework*, Siddiqi menegaskan bahwa ekonomi Islam menerima konsep rasionalitas dalam perilaku, yang penting adalah bahwa pilihan dibuat setelah pertimbangan yang tepat atas dasar beberapa informasi yang relevan dengan maksud untuk

---

[58] Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Islamic Consumer Behavior,,,* h. 55-56.

mencapai tujuan yang diketahui.[59] Tentu, maksud dari tujuan yang diketahui tersebut adalah tujuan yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Karenanya menurut Siddiqi, ada beberapa pengaruh doktrin Islam terhadap perilaku konsumen, yaitu sebagai berikut:[60]

1. Pengaruh pertama ajaran Islam terhadap perilaku konsumen adalah hilangnya beberapa jenis konsumsi, yaitu konsumsi yang dilarang oleh Islam. Contohnya adalah minuman keras, daging babi, prostitusi dan hiburan yang tidak bermoral. Sebagai konsekuensinya, permintaan total terhadap jenis konsumsi ini adal nol.
2. Islam melarang menyukai kemewahan, menyukai kemewahan adalah sesuatu yang asing dalam jalan hidup Islam. Konsumsi yang ditujukan untuk memperlihatkan bahwa seseorang lebih kaya, atau keinginan untuk tenar

---

[59] Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Some Notes on Teaching Economics in An Islamic Framework*, dalam Sayyid Tahir, Dkk., (Peny.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*, (Petaling Jaya: Longman Malaysia Sdn. Bhd., 1992). h. 3.

[60] Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Islamic Consumer Behavior*,,, h. 56-59.

dan punya nama sangat dikecam, dan bertentangan dengan semangat jalan hidup Islam. Implikasinya, seorang *homo Islamicus* ketika mengonsumsi barang mewah, mungkin merasa wajib untuk membatasi kuantitas konsumsinya.

3. Kondisi yang berbeda mengenai kebutuhan dasar hidup. Di banyak negara, kecuali di negara yang maju, banyak masyarakat yang tidak disediakan kebutuhan dasar hidupnya secara memadai. Menurut Siddqi, hal ini tidak mungkin terjadi dalam masyarakat Islam. Fungsi redistribusi *zakat* dan *ushr*, ditambah dengan kebijakan yang ditetapkan oleh negara, akan memastikan bahwa setiap individu dipenuhi kebutuhan dasar hidupnya.
4. Kebutuhan sosial seperti pendidikan, pencerahan intelektual, dan sebagainya. Akan berbeda antara masyarakat Islam dengan yang materialistik. Dalam masyarakat Islam, kebutuhan sosial adalah dilihat dari pandangan untuk memperbaiki hidup dan kemajuan spiritual. Berbeda dengan masyarakat materialistik yang melihat kebutuhan sosial dari sudut pandang utilitarian.

Cara pandang spiritual ini akan memberika efek pengaruh perubahan yang besar pada bentuk-bentuk pendidikan dan aktivitas sosial lainnya.

5. Dalam Islam, pesan-pesan Allah merupakan panggilan kepada masyarakat Islam sebagai satu kesatuan, selain menjadi panggilan bagi individu muslim. Karenanya, ketika merencanakan dana keuangan untuk konsumsi pribadinya, ia tidak bisa melupakan kebutuhan sosialnya.

Senada dengan Siddiqi, Kahf meyakini bahwa rasionalitas Islam berdiri di atas kepercayaan ideologis akan Keesaan Allah SWT, kesatuan agama dan kitab suci. Sesuai dengan kepercayaan ini, kehidupan manusia harus dipahami sebagai satu kesatuan, yang berorientasi pada satu tujuan akhir. Tujuan ini banyak diungkapkan dalam iman Islam dan kitab turats, seperti beribadah kepada Allah SWT, memasuki surga, menyembah Allah, mencari keselamatan untuk menghindari neraka, melewati persidangan pada Hari Penghakiman.[61]

---

[61] Monzer Kahf, *A contribution To The Theory of Consumer Behaviour In Islamic Society,* dalam Sayyid Tahir, Dkk., (Peny.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective,* (Petaling Jaya: Longman Malaysia Sdn. Bhd., 1992). h. 90.

Menurut Kahf, “para penulis dengan kerangka acuan Islam, tidak menerima formulasi teori perilaku kontemporer karena konsep tersebut bias ideologi dan nilai-nilai sosial masyarakat yang bukan Islam.”[62] Hal ini sebenarnya menunjukkan posisi akademis para intelektual muslim, yang berupaya menghadirkan alternatif bagi konsep-konsep dalam ilmu ekonomi konvensional.

Karenanya, dalam ekonomi Islam, konsep *homo Islamicus* dikonstruksikan bukan sebagai seorang yang materialistik, dalam arti, ia memperhatikan hubungan timbal balik sosial yang berfungsi secara terus menerus dalam masyarakat manusia. Ia baik hati, penuh kebajikan, dan memperhatikan kesejahteraan orang lain. Bahkan, terkadang ia rela mendapatkan kepuasaan materi lebih sedikit, hanya untuk menyenangkan orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT berikut ini:[63]

يَسْـَٔلُونَكَ مَاذَا يُنفِقُونَ ۖ قُلْ مَآ أَنفَقْتُم مِّنْ خَيْرٍ فَلِلْوَٰلِدَيْنِ وَٱلْأَقْرَبِينَ وَٱلْيَتَٰمَىٰ

وَٱلْمَسَٰكِينِ وَٱبْنِ ٱلسَّبِيلِ ۗ وَمَا تَفْعَلُوا۟ مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ ٱللَّهَ بِهِۦ عَلِيمٌ

---

[62] Monzer Kahf, *The Theory of Consumption*, dalam Sayyid Tahir, Dkk., (Peny.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective,* (Petaling Jaya: Longman Malaysia Sdn. Bhd., 1992). h. 61.

[63] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory,,,* h. 41.

Artinya: *Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan". Dan apa saja kebaikan yang kamu buat, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahuinya.* **(Q.S. Al-Baqarah, 2:215)**

Dengan begitu, artinya dalam konsep Agil, *homo Islamicus* memiliki kecenderungan untuk berperilaku altruis. Istilah altruisme sendiri dalam bahasa Perancis pertama kali diperkenalkan oleh filsuf Auguste Comte, untuk menandakan pengabdian kepada kesejahteraan orang lain.[64]

Namun, altruisme *homo Islamicus* bukanlah altruisme dengan motif yang tersembunyi untuk mendapatkan keuntungan lain yang lebih besar, seperti dalam doktrin tanggung jawab sosial (social responsibility). Di mana perusahaan mengorbankan sebagian profitnya untuk kepentingan sosial, tapi dengan tujuan

---

[64] Peter J. Hammond, *Altruism,* dalam Steven Durlauf dan Lawrence Blume (Peny.), *The New Palgrave Dictionary of Economics Third Editions,* (London: Palgrave Macmillan, 2018), h. 261.

memperbaiki citra perusahaan dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar di masa depan.[65]

Masih membekas diingatan kita, mengenai polemik Persatuan Bulu Tangkis Jarum (PB Jarum) sebagai bagian dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan Jarum, dinilai oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) memanfaatkan anak-anak untuk mempromosikan merek Jarum yang identik dengan produk rokok.

Menurut Agil, altruisme *homo Islamicus* adalah untuk menggapai ridho Allah SWT. Artinya, pengorbanan apapun yang ia lakukan adalah demi mencari keridhaan Allah SWT, sebagaimana Firman Allah berikut ini:

الَّذِىْ يُؤْتِىْ مَالَهٗ يَتَزَكّٰىۚ . وَمَا لِاَحَدٍ عِنْدَهٗ مِنْ نِّعْمَةٍ تُجْزٰٓىۙ

Artinya: *Yang menafkahkan hartanya (di jalan Allah) untuk membersihkannya. Padahal tidak ada seseorangpun memberikan suatu nikmat kepadanya yang harus dibalasnya.* **(Q.S. Al-Lail, 92:18-19)**

---

[65] Syed Omar Syed Agil, *Rationality in Economic Theory*,,, h. 41.

Jadi, konsep altruisme dalam ekonomi Islam ini juga berbeda dengan konsep altruisme dalam ilmu ekonomi konvensional yang sekarang masyhur disebut dengan pilantrokapitalisme (*philanthrocapitalism*), yaitu satu upaya mengawinkan kapitalisme dengan altruisme yang sedang menjadi tren di dunia.

Dalam perspektif pilantrokapitalisme pemberian bantuan kepada orang miskin dilaksanakan menggunakan pendekatan bisnis, dengan pertimbangan analisis biaya manfaat, laba atas investasi sosial, analisis risiko, penekanan pada hasil dan dampak dari bantuan. Sehingga bantuan tersebut justru menjadi tidak tepat sasaran, karena mereka yang benar-benar miskin tidak akan pernah sesuai dengan kriteria-kriteria bisnis tersebut. Bahkan, penerima bantuan yang sesuai dengan kriteria-kriteria bisnis tersebut akan merasa tertekan, karena harus mengikuti target program dari pemberi bantuan.[66]

---

[66] Jens Martens dan Karolin Seitz, *Philanthropic Power and Development, Who Shapes The Agenda?* (Aachen: Bischöfliches Hilfswerk MISEREOR, 2015), h. 61.

Jadi, bagi Agil kepuasan dalam perpektif rasionalitas *homo Islamicus* adalah dengan mengindahkan:

1. Konsistensi dalam pilihan ekonomi
2. Konten pilihan
3. Faktor eksternal, seperti altruism dan interaksi sosial[67]

B. Konsep *Maslahah*

Tujuan dari aktivitas konsumsi *homo Islamicus* akan semakin jelas dalam konsep yang dirumuskan oleh Khan. Dalam *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective*, Khan mengemukakan secara implisit istilah *maslahah* sebagai tujuan dari aktivitas konsumsi *homo Islamicus.* Jika dalam ekonomi konvensional keinginan (want) dideterminasi oleh utilitas (nilai guna), dalam ekonomi Islam keinginan dideterminasi oleh *maslahah*.[68]

Dalam mendefiniskan istilah *maslahah*, Khan mengikuti pendapat Asy Syatibi yang mendefinisikan *maslahah* sebagai

---

[67] Syed Omar Syed Agil, *Economic Theory: A Critical Appraisal*,,, h. 42.

[68] Fahim Khan, *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective*, dalam Sayyid Tahir, Dkk., (Peny.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*, (Petaling Jaya: Longman Malaysia Sdn. Bhd., 1992). h. 73.

kekuatan barang atau jasa dalam memenuhi elemen dasar dan tujuan hidup manusia di dunia, yang terdiri dari lima hal yaitu;

1. Kehidupan (al-nafs),
2. Harta (al-mal),
3. Agama (al-din),
4. Akal budi (al-aql),
5. Keturunan (al-nasl).[69]

Jadi, barang dan jasa yang memiliki kekuatan untuk mendorong terpenuhinya kelima unsur di atas tersebut, dinilai sebagai barang dan jasa yang memiliki *maslahah.* Untuk mencapai *maslahah* tersebut, menurut Khan setidaknya ada tiga pranata tambahan yang harus diperhatikan oleh *homo Islamicus.* Yaitu sebagai berikut:

1. Tidak melampaui batas (*israf*),
2. Konsisten untuk memenuhi kebutuhan berdasarkan tiga level, yaitu primer (*dharuriyyat*), sekunder (*hajiyat*), tersier (*tahsiniat*),
3. Tidak menyimpang dari prinsip-prinsip Islam.[70]

---

[69] Fahim Khan, *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective,,,* 73-74.

Sehingga, misalnya dalam bertransaksi jual beli, seorang *homo Islamicus* tidak boleh merugikan pihak lain, selain itu, ia juga harus memperhatikan apakah transaski tersebut sesuai dengan urutan level prioritas kebutuhannya. Juga harus dipastikan bahwa transaksi tersebut tidak menyimpang dari prinsip-prinsip Islam, baik obyek transaksinya maupun akad yang digunakannya.

Lebih lanjut, jika dalam ekonomi konvensional pasar dengan kekuatan permintaan dan penawaran menjadi satu-satunya pranata bagi perilaku konsumen dalam mengejar apa yang menjadi tujuan mereka. Dalam ekonomi Islam, menurut Khan ada dua jenis pranata selain pranata pasar guna memastikan agar perilaku *homo Islamicus* tidak melenceng dari tujuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu sebagai berikut:

1. Pranata Sukarela

   Pranata ini dibangun melalui pendidikan dan kursus-kursus keIslaman. Pada dasarnya Islam memberikan kebebasan dan otonomi kepada setiap individu untuk memutuskan apa yang mau ia lakukan, dan kelak ia akan

---

[70] Fahim Khan, *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective,,,* 78.

mempertanggungjawabkan keputusannya itu di Hari Pembalasan. Namun, untuk menjaga agar perilaku seorang individu muslim tidak melenceng dari prinsip-prinsip Islam, dibutuhkan pendidikan keIslaman yang memadai, pendidikan tersebut bukan sekedar mendorong seseorang untuk menahan diri dari melakukan aktivitas yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam, akan tetapi juga untuk membentuk pranata sosial sukarela yang mengawasi dan mengendalikan perilaku seseorang agar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, syariat Islam juga mempromosikan pranata sosial untuk memenuhi kewajiban sosial masyarakat. Contohnya adalah *fardhu kifayah.*

2. Pranata Paksaan

Institusi ini ditetapkan untuk memaksa agar *homo Islamicus* tidak melakukan perilaku yang dapat membuat kacau tatanan masyarakat. Dengan kata lain, kebebasan *homo Islamicus* tidak boleh mengacaukan perdamaian dan tatanan masyarakat. Pranata paksaan ini yang terutama dilakukan negara, yang dapat mengintervensi perilaku-perilaku ekonomi *homo Islamicus* sebagai berikut:

a. Konsumsi barang terlarang, yang melanggar hukum dan tatanan masyarakat,
b. Konsumsi yang mencolok, yang dapat menciptakan keresahan, perasaan cemburu, dan kerusakan moral masyarakat,
c. Melampaui batas (*israf*) atau kecenderungan mengonsumsi kebutuhan sekunder dan tersier saat kebutuhan primer mayoritas masyarakat belum terpenuhi.
d. Perilaku konsumsi yang menyimpang dari prinsip-prinsip Islam, seperti menghabiskan alokasi anggaran untuk memenuhi kebutuhan tersier dengan mengabaikan pemenuhan kebutuhan primer.[71]

Jadi, dalam konsep Khan, pasar dengan kekuatan permintaan dan penawaran yang dimilikinya tidak cukup untuk memastikan perilaku *homo Islamicus* tidak melenceng dari prinsip-prinsip Islam. Karenanya, menurut Khan dalam ekonomi Islam diperlukan tambahan pranata-pranata non pasar sebagaimana yang ungkapkannya.

---

[71] Fahim Khan, *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective,,,* 79.

Sementara itu, Kahf menyebut bahwa perilaku ekonomi *homo Islamicus* adalah memaksimalkan *falah* yaitu, kesuksesan di dunia dan di akhirat.[72] Konsep *falah* atau kesuksesan ini berasal dari tiga prinsip perilaku dalam Islam, yaitu sebagai berikut:

1. Keimanan pada Hari Akhir

   Kepercayaan adanya hari akhir dan hari pembalasan dalam Islam, membuat horizon waktu seorang *homo Islamicus* melampaui batas kematian. Hal ini, mempunyai dau efek dalam perilaku konsumsi *homo Islamicus. Pertama,* Pilihan perilaku akan berakibat langsung pada kehidupan saat ini dan yang akan datang. *Kedua,* pendapatan seseorang akan banyak dikeluarkan untuk kegiatan yang manfaatnya hanya dicapai di akhirat, seperti sedekah kepada orang miskin dan membutuhkan.

2. Kesuksesan

   Kesuksesan dalam Islam didefinisikan dalam arti ridha Allah SWT, bukan dalam arti akumulasi kekayaan. Kebajikan, kesalehan, ibadah adalah kunci keridhaan

[72] Monzer Kahf, *A contribution To The Theory of Consumer,,,* h. 100.

Allah SWT. Kebajikan dan kesalehan dapat dicapai melalui tingkah laku yang baik dan pensucian tingkah laku manusia dari keburukan dan kejahatan. Dalam ajaran Islam, memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia adalah suatu panggilan dan kewajiban yang ditetapkan oleh Allah SWT.

3. Kekayaan

Konsep kekayaan dalam Islam adalah unik, karena kekayaan dipandang sebagai karunia dari Allah SWT. Dalam Islam surge bukan hanya untuk orang miskin, tapi juga untuk orang kaya. Bahkan, kekayaan kemiskinan dalam beberapa kasus, dianggap lebih dekat kepada kekafiran.[73]

Kahf juga mengganti istilah konsumsi (*consumption*) dengan pengeluaran akhir (*final spending*). Menurut Kahf, Istilah pengeluaran akhir memuat dua komponen yaitu, pengeluaran akhir untuk barang dan jasa yang membawa kepuasaan di dunia dan pengeluaran akhir karena Allah SWT. Berbeda dengan istilah konsumsi, yang dalam literatur ekonomi konvensional umumnya

[73] Monzer Kahf, *A contribution To The Theory of Consumer,,,* h. 92-93.

didefinisikan sebagai hubungan antara pendapatan dengan konsumsi barang atau jasa. Sehingga, hanya memuat satu kontasi, yaitu pengeluaran untuk barang dan jasa yang membawa kepuasan di dunia semata.[74]

Konsep *maslahah* yang operasional dirumuskan oleh Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia. Untuk membangun formalisasi teori ekonomi Islam, *maslahah* sebagai atribut *homo Islamicus* diformalisasi dalam bentuk persamaan.

P3EI menjadikan *maslahah* menjadi semacam keinganan instrumental untuk mencapai keinginan non instrumental yaitu *falah.*[75] Atau dalam kata lain, jika konsumsi yang seseorang dilakukan dengan mempertimbangkan *maslahah,* maka orang tersebut akan menggapai kebahagiaan atau *falah.*

Selain itu, P3EI juga melakukan distingsi antara kepuasan dan *maslahah. Maslahah* dianggap sebagai akibat dari terpenuhinya suatu kebutuhan (*need*). Sedangkan, kepuasan dianggap sebagai akibat dari terpenuhinya suatu keinginan

---

[74] Monzer Kahf, *A contribution To The Theory of Consumer,,,* h. 94.
[75] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI),,, h. 11.

(*want*). Akan tetapi, pemenuhan kebutuhan juga akan memberikan kepuasan jika pemenuhan kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan. Misalnya, ketika seseorang mengonsumsi jamu guna menyehatkan tubuh, maka orang tersebut mendapatkan *maslahah* fisik berupa kesehatan tubuh. Jika rasa jamu ternyata disukai atau sesuai dengan keinginan orang tersebut, maka ia akan memperoleh *maslahah* sekaligus kepuasan. Namun, jika ternyata rasa jamu tersebut pahit dan tidak sesuai dengan keinginan orang tersebut, maka ia tetap memperoleh *maslahah* meskipun tidak mendapatkan kepuasan.[76]

Lebih lanjut, barang atau jasa yang bernilai *maslahah* yaitu barang yang mendorong terpenuhinya lima unsur tersebut menurut P3EI pada dasarnya adalah barang atau jasa yang memiliki manfaat dan berkah.[77] Jadi, P3EI melakukan pengetatan lima unsur prasyarat *maslahah* menjadi dua unsur yang bersifat lebih umum yaitu, manfaat dan berkah.

Pengetatan tersebut dilakukan guna memberi kemudahan dalam melakukan analisis fenomena ekonomi. *Maslahah* dengan

---

[76] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI),,, h. 132-133.

[77] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI),,, h. 132.

unsur manfaat dan berkah tersebut selanjutnya diformalisasi dalam bentuk persamaan simbolik sebagaimana berikut ini:

$$M \equiv F + B$$

Di mana, M adalah *maslahah*, F adalah manfaat, dan B adalah berkah. Sementara itu, sebelumnya telah diuraikan bahwa dalam perspektif P3EI berkah adalah interaksi antara manfaat dan pahala. Sehingga, hal tersebut memungkinkan untuk melakukan formalisasi *maslahah* secara lebih lanjut sebagaimana berikut:

1. Maslahah (M) sama dengan manfaat (F) ditambah Berkah (B) {M = B + F}
2. Berkah (B) sama dengan interaksi manfaat (F) dan pahala (P) {B = (F)(P)}
3. Pahala total sama dengan frekuensi kegiatan dan pahala per-unit {P = βip}

Dengan mensubstitusi persamaan ke-3 ke persamaan ke-2, didapat persamaan B = Fβip. Selanjutnya persamaan itu disubstitusi ke persamaan ke-1, sehingga diperoleh M ≡ F + Fβip, yang dapat ditulis ulang menjadi M ≡ F (1+βip). [78]

[78] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI),,, h. 135-136.

Formulasi *maslahah* tersebut, mengimplikasikan bahwa suatu kegiatan yang tidak ada nilai pahalanya, maka *maslahah* yang diperoleh hanya berupa manfaat di dunia. Sebaliknya, jika kegiatan itu tidak memberi manfaat di dunia, maka keberkahannya menjadi tidak ada, sehingga *maslahah*nya juga tidak ada.

Formalisasi *maslahah* tersebut membuka jalan bagi teorisasi ekonomi Islam, terutama teori mikro ekonomi Islam. Misalnya, teori *maslahah* marjinal berikut ini:

Tabel 1.1. *Maslahah* Marjinal[79]

Frekuensi Kegiatan (βi)	**Manfaat Fisik (f)**	**Pahala Per unit (p)**	**Total Pahala (βip)**	***Maslahah* F*(1+ βip)**	***Maslahah* Marjinal**
1	10	27	27	280	-
2	18	27	54	990	710
3	24	27	81	1968	978
4	28	27	108	3052	1084
5	30	27	135	4080	1028
6	32	27	162	5216	1136
7	32	27	189	6080	864
8	30	27	216	6510	430

Tabel di atas memperlihatkan, jika semakin tinggi frekuensi konsumsi seseorang seseorang maka *maslahah*

[79] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI),,, h. 149.

marjinalnya semakin mengalami penurunan, *ceteris paribus*. Nampak dalam tabel di atas, bahwa ketika nilai frekuensi konsumsi 2, *maslahah* marjinalnya adalah 710 *ceteris paribus*. Ketika nilai frekuensi konsumsinya naik menjadi 8, *maslahah* marjinalnya mengalami penurunan menjadi 430 *ceteris paribus*.

Contoh nyata dari teori tersebut adalah misalnya, seseorang mahasiswa yang setelah penat seharian mengerjakan tesis, pergi ke warung Geprek Bensu untuk menikmati ayam geprek. Ia memilih makan di warung Geprek Bensu, karena warung itu sudah mendapat lisensi halal, selain itu juga karena salah satu temannya yang berkerja disitu, memberi jaminan secara pribadi bahwa ayam di warung itu benar-benar disembelih secara Islami dan diolah secara higienis. Karena mahasiswa tersebut tidak memandang makanan dari nilai gunanya saja, yang mengenyangkan. Tapi, ia memandang makanan dari segi *maslahah*, yaitu manfaatnya yang mengenyangkan dan juga keberkahannya. Maka, mahasiswa tersebut tak sembarang memilih warung makan, apalagi yang tidak jelas kehalalannya.

Namun, karena setiap hari si mahasiswa makan ayam geprek di warung itu, lama-lama ia merasa bosan. Hal itu, tergambar dalam teori *maslahah* marjinal di atas, bahwa jika semakin tinggi frekuensi konsumsi yang ia lakukan, maka *maslahah marjinal*nya akan mengalami penurunan, *ceteris paribus.*

Teori *maslahah* marjinal di atas menunjukkan bahwa ekonomi Islam juga menggunakan konsep eksplanasi deduktif nomologis dengan berbasis pada asumsi mental *homo Islamicus.* Dalam teori *maslahah* marjinal tersebut tentu landasan hukum ekonomi yang digunakan adalah *law of diminishing marjinal utility*, yang dimodifikasi menjadi *law of diminishing marjinal maslahah.*