

PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF AGAMA ISLAM

Arbanur Rasyid
Institu Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Email: arbanurrasyid@gmail.com

Abstract

Global behavior has an impact on people's lifestyles, namely modern lifestyles embodied by consumptive, free, hedonistic, and individualistic cultures. The investors are keen to see the people's needs that are infatuated with the consumptive modern lifestyle by establishing shopping centers (malls). In fact, the mall is no longer only functioning as a place to transact but also functions acculturation, as shopping centers that appear as places to learn and as a source of new values. In the perspective of Islam, consumptive behavior is not only a matter of useless lifestyles and even tends to enter the realm of faith. In the socio-cultural system consumerism raises many social ills which are triggered by the attitude of the takabbur for the able and envious of envy for the underprivileged. These two contradictory attitudes can give birth to an imbalance in society. Islam provides a systematic offer to prevent the emergence of a culture of consumerism by involving the role of the state and providing clear guidelines on the ethics of producer and consumer behavior and equity with the methods of zakat, infaq, sadaqah, and waqf

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Perspektif Islam, Globalisasi

A. Pendahuluan

Munculnya globalisasi bisa dilacak dari paham neoliberalisme. Neoliberalisme pada hakikatnya adalah kelanjutan dari paham liberalisme yang pernah berkembang dan mengalami krisis pada tahun 1930-an. Neoliberalisme bisa dipahami sebagai paham dimana hak istimewa atas modal dibebaskan dari berbagai tata aturan teritorial maupun nasional dan menyerahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar. Fenomena ini melahirkan

kekuatan bisnis berskala global yang pada gilirannya muncul sebagai sosok monster yang menghantam budaya-budaya lokal.

Pengertian neoliberalisme dapat diringkas dalam dua lapis definisi. *Pertama*, neoliberalisme adalah paham/ agenda pengaturan masyarakat yang didasarkan pada dominasi *homo economicus* atas dimensi lain dalam diri manusia (sebagai *homo culturalis*, *zoon politikon*, *homo sosialis*, dan sebagainya). *Kedua*, sebagai kelanjutan pengertian pertama, neoliberalisme bisa juga dipahami sebagai

dominasi sektor finansial atas sektor riil dalam tata ekonomi-politik. Pengertian pertama lebih menunjuk pada ‘kolonisasi eksternal’ *homo oeconomicus* atas berbagai dimensi antropologis lain dalam multidimensionalitas manusia. Sedangkan definisi kedua menunjuk ‘kolonisasi internal’ *homo financialis* atas aspek- aspek lain dalam multidimensionalitas tata *homo oeconomicus* itu sendiri.¹

Inti neoliberalismeterletak pada dua gagasan utama berikut. *Pertama*, manusia dilihat hanya sebagai *homo economicus*. Artinya, cara- cara manusia bertransaksi dalam kegiatan ekonomi adalah sebagai satu-satunya corak yang mendasari semua tindakan dan relasi antar manusia. Dengan kata lain, tindakan dan hubungan antar pribadi manusia maupun tindakan dan hubungan legal, sosial, dan politis manusia, merupakan ungkapan dari model hubungan untung rugi dalam transaksi ekonomi.

Kedua, gagasan ekonomi-politik neoliberal adalah argumen bahwa pertumbuhan ekonomi akan optimal jika dan hanya jika lalulintas modal yang dimiliki oleh pribadi (orang-perorang) dilepaskan dari hal- hal yang terkait dengan *survival* sosial dan ditujukan semata-mata untuk akumulasi laba. Dalam neoliberalisme, kepemilikan privat tersebut

sudah demikian absolut dan keramat, tanpa peran sosial apapun juga, kecuali untuk akumulasi laba privat. Hal ini berbeda dengan liberalisme klasik yang menyatakan bahwa kepemilikan privat dianggap punya tugas sosial untuk mensejahterakan masyarakat.

Agenda utama neoliberalisme adalah globalisasi ekonomi, sebagai agenda tata dunia baru yang bertumpu pada kekuasaan modal dan pemilik modal. Dalam hal ini ada tiga agenda utama yaitu: (1) tataran tindakan, tata kekuasaan global yang bertumpu pada praktek bisnis raksasa lintas negara; (2) pelaku utamanya adalah perusahaan transnasional; dan (3) proses kultural ideologis yang dibawanya adalah konsumerisme.

Dalam globalisasi, praktek perdagangan bisnis transnasional didorong dan didukung oleh regulasi dan kesepakatan internasional yang kerap disebut sebagai ‘aturan baru’ dalam kerangka pasar bebas. Pada saat yang sama ideologi konsumerisme juga didesakkan oleh kekuasaan luar biasa dari bisnis periklanan dalam bentuk logo, merek, dan label, di bawah sadar menanamkan prinsip ini ‘kenikmatan-gengsi-kemewahan’ ke banyak individu. Dengan demikian globalisasi tidak saja terjadi dalam skala makro, dalam bentuk berbagai tata kebijakan ekonomi politik global yang dipaksakan dalam kebijakan publik melalui tiga ‘matra sakti’: deregulasi-privatisasi-

¹Herry-Priyono B, *Marginalisasi ala Neo Liberal*, (Basis: 2004), hal.2.

liberalisasi. Tetapi, globalisasi juga terjadi dalam skala mikro individu manusia, yang disuntikkan ke dalam berbagai pilihan individu yang merujuk pada ragam budaya, identitas, dan gaya hidup global. Meskipun hakekatnya adalah pemaksaan untuk memilih keseragaman budaya, identitas, dan gaya hidup.

Strategi dasar neoliberalisme adalah penyingkiran segenas rintangan yang menghambat pasar bebas, perlindungan hak milik intelektual, *good governance*, deregulasi pasar, dan penghapusan subsidi pelayanan publik.

Praktek lainnya adalah penghentian subsidi pelayanan sosial karena selain dianggap bertentangan dengan prinsip neoliberal tentang campur tangan pemerintah, juga bertentangan dengan asas pasar dan persaingan bebas. Oleh karena itu, pemerintah kemudian melakukan swastanisasi semua perusahaan negara, sebab perusahaan negara dibuat untuk memberikan subsidi pada rakyat, dan itu dapat menghambat persaingan bebas.²

Bagi neoliberal ideologi ‘kesejahteraan bersama’ dan ‘pemilikan komunal’ seperti dianut oleh kebanyakan masyarakat tradisional, dianggap sebagai rintangan untuk mencapai agenda utama neoliberal. Oleh sebab itu, mereka

berusaha keras menghambat kedua paham itu dengan berbagai argumen dan promosinya. Akibatnya mereka memaksa menyerahkan pengelolaan sumber daya alam pada para pakar, bukan kepada kelompok-kelompok masyarakat adat tradisional setempat yang dianggap tidak mampu mengelola secara efisien dan efektif. Padahal justru masyarakat adatlah yang sudah berpengalaman dan memiliki kearifan lokal (*local wisdom*), serta mengenal secara turun-temurun karakter sumber daya alam yang berkembang di wilayah lingkungannya.

Jadi suatu negara yang menganut paham neoliberalisme dan mengikuti alur globalisasi ekonomi secara ringkas terlihat bila negara hanya mengembangkan pola-pola sebagai berikut: (1) pertumbuhan tinggi (*hypergrowth*) dan eksploitasi sumber daya alam serta lingkungan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi; (2) swastanisasi (privatisasi) pelayanan publik; (3) penyeragaman (homogenisasi) budaya dan ekonomi global serta promosi konsumerisme; (4) integrasi dan konversi ekonomi nasional, dari swasembada menjadi berlandaskan pada pasar; (5) deregulasi korporat dan perpindahan modal lintas batas negara tanpa penghalang atau pembatas; (6) pemusatan korporasi menjadi segelintir perusahaan besar saja; (7) penghapusan bantuan atau subsidi program

²Faqih Mansour, *Pembangunan: Pelajaran apa yang Kita Peroleh?*, Edisi 5 Tahun II, (Yogyakarta: Insist Press, 2000), hal. 6.

pelayanan kesehatan dasar masyarakat, pelayanan sosial lainnya, dan pemeliharaan lingkungan hidup, karena dianggap sebagai biaya; (8) penggusuran kekuasaan negara demokrasi dan masyarakat lokal oleh birokrasi korporasi global.³

Penjajahan pikiran diarahkan pada penyeragaman cara berpikir dan dilakukan melalui sistem pendidikan, sistem politik, dan ekonomi, serta media yang seragam, unilateral dan satu arah bahkan, dalam sistem negara yang disebut 'demokrasi' pikiran dan opini masyarakat sebenarnya, tanpa disadari, dikendalikan melalui propaganda media massa (yang juga dikuasai korporasi), dan sistem pendidikan serta pemerintahan.

B. PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.⁴

³ Hira Jhamtani, *Kuasa Korporasi: Penjajahan Pikiran dan Ruang Hidup*. Wacana Edisi 19. Tahun VI. (Yogyakarta: Insist Press, 2005), hal. 32-34.

⁴R Tambunan, *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, *Jurnal Psikologi dan Masyarakat* (online), 2001, <http://www.espsikologi.com/remaja/191101.htm>.

James F. Engel mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Fromm menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh semu belaka.⁵

Pendapat di atas berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan

⁵ E Fromm, *Masyarakat Yang Sehat*, Alih Bahasa Sutrisno, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1992), hal. 25.

inefisiensi biaya. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Konsumen dalam memberi suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan zaman.

Keputusan pembelian yang didominasi oleh faktor emosi menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan dalam perilaku konsumtif. Yaitu perilaku membeli sesuatu yang belum tentu menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama dan menimbulkan pemborosan.

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan sebagai konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi.

Bertolak dari perspektif ekonomi, konsumsi adalah salah satu dari tiga anasir utama di dalamnya, selain produksi dan distribusi. Meskipun telah diadopsi dan diserap dalam bahasa Indonesia secara umum, “konsumsi” kemudian membawa pemahaman kepada “memakai”. Tetapi dua kata tersebut bukanlah hal sejajar. Maksudnya, hal yang dikonsumsi itu sendiri tidaklah selalu berupa benda (makanan, pakaian, dan sebagainya). Mengonsumsi, lebih kepada memakai fungsi dari benda tertentu. Dalam hal makan misalnya, yang dikonsumsi bukanlah makanannya, melainkan fungsi dari makanan tersebut yang membuat kenyang. Akan tetapi kemudian muncul pertanyaan, bukankah satu bisa saja memiliki bermacam fungsi? Lalu bagaimana jika perilaku konsumtif tersebut telah menjadi perilaku komunal?

Secara konseptual, konsumsi merupakan oposisi dari produksi, jika produksi dipahami sebagai proses memberikan nilai bagi benda. Tetapi pada keadaan riil, konsumsi dan produksi, sebagai kegiatan yang dilakukan oleh manusia, tidak jarang mencampur dirinya dalam satu perilaku manusia. Proses produksi, disaat yang sama, atau didahului oleh proses konsumsi. Demikian halnya dengan proses konsumsi maka proses produksi bisa dijalankan. Hal ini terjadi karena proses tersebut tidak bisa dilepaskan dari si pelaku,

yakni manusia. Dalam diri manusia, selalu berjalan proses konsumsi dan produksi. Bahkan satu kegiatan dapat dianggap produksi dan konsumsi. Misalnya, makan adalah mengkonsumsi sesuatu dari luar tubuh manusia. Tetapi, pada proses makan itu sendiri juga dilakukan proses-proses mekanis-biologis, sehingga substansi dari makanan bisa didapatkan, dan akhirnya digunakan sebagai sumber energi untuk beraktifitas. Terlihat di ini bahwa konsumsi dilakukan sebagai tuntutan akan suatu kebutuhan.

Bagi kebanyakan orang, menganut gaya hidup seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Saat ini orang cenderung kurang selektif dalam memilih mana kebutuhan yang pokok dan mana kebutuhan yang kurang penting. Kita membuat pertimbangan untuk membeli suatu produk menitik beratkan pada status sosial, mode dan kemudahan dari pada pertimbangan ekonomis. Bahkan nampaknya analisa pasar ini sering jitu, tidak saja dalam membuat analisis perilaku konsumtif tersebut tetapi juga analisis kebutuhan, motivasi, sikap, bahkan tata nilai kehidupan kita sehingga tidaklah aneh bila kita kemudian menjadi incaran bagi produsen.

Masyarakat mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang “in”, cenderung mengikuti mode yang sedang beredar,

sedangkan mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainya, sehingga mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya karena takut disebut ketinggalan zaman. Kenyataan ini membuat masyarakat mempunyai pola konsumtif yang menunjukkan sifat lebih mahal dan lebih mewah.

Menurut Tambunan perilaku konsumtif memiliki dua aspek mendasar, yaitu:

- a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi.
- b. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang ingin dipenuhi bukan kebutuhan yang utama melainkan hanya sekedar mengikuti tren, ingin mencoba prosuk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Perilaku ini bisa melahirkan kecemasan karena harus merasa tetap mengikuti perkembangan dan tidak mau dikategorikan sebagai orang yang ketinggalan.

Ada dua faktor yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu *pertama* faktor internal yang melibatkan faktor psikologis dan faktor pribadi. Faktor psikologis yang mendorong orang untuk berperilaku konsumtif adalah motivasi, persepsi, dan

kepercayaan. Seseorang yang memiliki motivasi tinggi untuk membeli produk atau barang cenderung melupakan faktor rasional. Motivasi ini sangat berkaitan dengan persepsi yang dimiliki oleh orang, jika persepsi terhadap produk tinggi maka motivasi untuk memiliki juga tinggi.

Faktor pribadi yang dipengaruhi oleh usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan jenis kelamin. Menurut Tambunan usia remaja memiliki perilaku yang lebih besar dari pada orang dewasa yang mudah terbuju iklan. Pekerjaan dan keadaan ekonomi memberikan kontribusi yang besar dalam melahirkan perilaku konsumtif. Jika pekerjaannya mapan dan keadaan ekonominya baik maka kecenderungan untuk membelanjakan uangnya akan lebih besar dibandingkan dengan yang berekonomi sulit, tentu akan mendahulukan sisi rasional dari pada emosional.

Kedua, perilaku konsumtif dipicu oleh faktor eksternal yang mencakup kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga. Mangkunegara mengungkapkan bahwa kelas sosial yang tinggi memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serta ada, supermarket), konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya. Sedangkan kelas sosial menengah

cenderung membeli barang untuk menampakkan kekayaannya, biasanya membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitas yang baik. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit. Pra kelas sosial yang rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas dari pada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.⁶

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik karena perilaku konsumtif yang banyak melanda kehidupan remaja kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya.⁷

Terkait dengan ekstasi konsumsi, *mall* adalah salah satu fenomena lain, yang cukup menarik untuk disinggung. Dalam konteks kekinian, *mall* telah menjelma sebagai ruang bersama untuk mempelajari seluk-beluk seni, sampai dengan kehidupan sosial. Tetapi, *mall* sendiri sebenarnya adalah tempat untuk

⁶ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2002), hal. 22-24.

⁷ Kuntowijoyo, *Radikalisme Petani*, (Yogyakarta: Gerbang, 2003), hal. 57.

berbelanja sehingga sebagai ruang berkumpul orang banyak, orang banyak tersebut juga seakan-akan bersiap-siap untuk menjadi konsumen masa depan. Sebagai sebuah pasar, *mall* bukan lagi hanya berfungsi sebagai tempat untuk berstansaksi. *Mall* juga mempunyai fungsi akulturasi, sehingga bisa dikatakan tempat untuk belajar dan sebagai sumber nilai-nilai baru. Budaya konsumerisme Barat yang ditengarai banyak diserap melalui pusat-pusat perbelanjaan seperti *mall* yang menjamur di kota-kota besar.

Majunya pembangunan nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah secara implisit menyebabkan konsumtif dan daya beli masyarakat bertambah. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan. Pola hidup konsumtif akan membawa dampak yang negatif bagi masyarakat. Pola hidup ini menyebabkan keadaan ekonomi biaya tinggi yaitu tingkah laku konsumtif yang cenderung harus mengeluarkan biaya tinggi untuk memenuhi kebutuhan. Pola konsumtif seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda.

2. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Pada sistem pasar persaingan bebas, produksi barang didasarkan atas gerak permintaan konsumen umumnya produsen selalu berupaya untuk merai keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun demikian, apabila kreativitasnya dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan selalu disesuaikan dengan norma-norma yang berlaku dalam ketentuan syari'at Islam. Menurut Nejatullah ada beberapa hal yang terkait dengan pola produksi di bawah pengaruh semangat Islam.⁸

- a. Barang dan jasa yang haram tidak diproduksi dipasarkan. Produsen muslim tidak memproduksi dan memasarkan barang dan jasa yang menyimpang dari ketentuan syari'at Islam, seperti tidak memproduksi makanan haram, minuman yang memabukkan dan usaha-usaha maksiat (prostitusi, judi, dan lain-lain yang sejenisnya).
- b. Produksi barang yang bersifat kebutuhan sekunder dan tersier disesuaikan dengan permintaan pasar. Kalau tidak demikian, maka kegiatan produksi akan membawa dampak negatif terhadap masyarakat, apalagi ketika memasarkan produk diiringi dengan promosi dan periklanan besar-besaran, pada

⁸Muhammad Najetullah Ash-Siddiqy, *Economic Thought of Abu Yusuf*. (Aligarh: Fikriwa Najjar, 1964), hal. 56-57).

- akhirnya hanya akan melahirkan budaya konsumtif.
- c. Produsen hendaklah tetap melakukan kontrol (mempertimbangkan sepenuhnya) permintaan pasar. Produsen juga ikut mengatur pemasaran barang dan jasa yang diproduksinya sehingga tidak menimbulkan dampak negatif terhadap pola hidup konsumen.
 - d. Dalam proses produksi dan pemasaran, produsen harus mempertimbangkan aspek ekonomi misalnya tidak melakukan kegiatan produksi dengan biaya tinggi. Sedangkan dalam aspek mental budaya, produsen tidak dibenarkan, memproduksi barang dan jasa yang akan merusak mental dan budaya masyarakat.
 - e. Tidak melakukan penimbunan barang dengan maksud untuk meraih keuntungan yang besar. Penimbunan barang tersebut dilakukan dengan harapan terjadinya lonjakan harga, seperti hilangnya semen dari pasaran, sehingga mengakibatkan naiknya harga semen di pasar. Sedangkan dalam hal mencari keuntungan, hendaklah selalu mempertimbangkan aspek ekonomi masyarakat. Ide keadilan dan kebajikan Islam berfungsi sebagai norma dalam perdagangan.

Seorang pengusaha muslim tidak dibenarkan sama sekali dalam melakukan

kegiatan ekonominya selalu bertumpu kepada tujuan untuk mengejar keuntungan materi semata. Akan tetapi seorang pengusaha muslim juga berkewajiban untuk mendukung dan menguntungkan pihak konsumen yang mempunyai tingkatan ekonomi lebih rendah dari padanya.

Seorang pengusaha/pedagang muslim harus melihat aktifitasnya selalu sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan yang wajar, juga sebagai sarana untuk beramal dengan cara mengorbankan sebagian keuntungannya untuk pelayanan sosial dan bantuan kemasyarakatan. Dengan demikian seorang muslim harus mendasarkan diri pada ide keadilan Islam sepenuhnya dan berusaha membantu masyarakat dengan mempertimbangkan kebaikan bagi orang lain. Pengusaha juga perlu membatasi keuntungannya berdasarkan pada batas-batas yang telah ditetapkan oleh prinsip syari'at Islam.

Islam sangat memahami bahwa konsumen memiliki karakter untuk memaksimalkan kepuasannya, tetapi kepuasan tersebut bukanlah kepuasan yang bebas, tanpa batas, tetapi kepuasan yang mengacu kepada semangat ajaran Islam.

Dalam ajaran Islam, aspek utama yang memengaruhi tingkah laku konsumen dalam rangka melakukan permintaan kebutuhan terhadap pasar hanya sebatas barang yang

penggunaannya tidak dilarang dalam syari'at Islam. Dengan pola konsumsi sedemikian rupa, maka pihak produsen tidak memiliki peluang sama sekali untuk memproduksi/memasarkan barang-barang dan jasa-jasa yang penggunaannya dilarang oleh syari'at Islam. Dengan perilaku konsumen yang demikian akan membawa dampak positif terhadap kehidupan masyarakat yang menyangkut aspek keamanan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat, yang merupakan basis dari kehidupan masyarakat yang beradab.

Cara hidup yang tidak boros merupakan aspek yang turut mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam ajaran Islam perilaku boros merupakan perbuatan yang tercela. Sebab pada dasarnya seorang pemilik harta bukanlah pemilik sebenarnya secara mutlak, penggunaannya haruslah sesuai dengan kebutuhannya dan ketentuan syari'at. Kalaulah seseorang ingin memiliki barang-barang mewah, hendaklah ia meneliti kehidupan masyarakat disekelilingnya agar tidak timbul kecemburuan sosial dan fitnah. Seorang muslim tidak pantas hidup bermewah-mewah di tengah masyarakat yang serba kekurangan.

Pola pemerataan di dalam Islam yang berbentuk pendistribusian seperti zakat, infaq, shadaqah, dan waqaf menjadi sesuatu yang sangat dianjurkan bahkan sampai kepada tingkat kewajiban bagi seorang yang memiliki

kebutuhan dari kebutuhannya. Seorang muslim yang berkeberuntungan memiliki kelebihan harta, tidak boleh menggunakan hartanya untuk memenuhi kebutuhan pribadinya sendiri, sebab di dalam setiap harta seorang muslim itu ada hak fakir miskin (masyarakat) yang harus ditunaikan (adz Dzariaat:19).⁹

Aspek yang tidak kalah pentingnya untuk mengerem perilaku konsumtif adalah kesadaran bahwa aktifitas untuk pemenuhan kebutuhan tidak semata-mata untuk kepentingan kebutuhan yang bersifat material semata, tetapi juga mementingkan kebutuhan yang bersifat immaterial, seperti kehendak untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan hubungan sosial. Selain memenuhi kepentingan pribadi, juga memperhatikan kepentingan sosial masyarakat. Artinya, bahwa selain terdapat barang dan jasa untuk kepentingan pribadi, juga ada barang dan jasa tertentu yang digunakan secara bersama-sama oleh anggota masyarakat.

Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada *sub-ordinat*, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan

⁹ Ahmad Syafi'I Maarif (Ed), *Al-qur'an dan Tantangan Modernitas*, (Yogyakarta: Sippress, 1993), hal. 105.

yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Tetapi oleh karena sulitnya ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil (*fair*) dan distorsi pasar sering terjadi sehingga dapat merugikan para pihak, maka Islam memperbolehkan adanya intervensi pasar oleh negara untuk mengembalikan agar pasar kembali normal.

Pasar yang dibiarkan berjalan sendiri (*laissez faire*), tanda ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan penguasaan pasar sepihak oleh pemilik modal (*capitalist*) pengusaha infrastruktur dan pemilik informasi. *Asymetrik* informasi juga menjadi permasalahan yang tidak bisa diselesaikan oleh pasar. Negara dalam Islam mempunyai peran yang sama dengan pasar, tugasnya adalah mengatur dan mengawasi ekonomi, memastikan kompetisi di pasar berlangsung dengan sempurna, informasi yang merata dan keadilan ekonomi. Perannya sebagai pengatur tidak lantas menjadikannya dominan, sebab negara, sekali-kali tidak boleh mengganggu pasar yang berjalan seimbang, perannya hanya diperlukan ketika terjadi distorsi dalam sistem pasar.¹⁰

Kompetisi pasar yang tidak terkendali bisa menyebabkan persaingan yang tidak sehat

dan berakibat kepada kerugian di pihak konsumen. Informasi produk berupa iklan besar-besaran dengan teknik-teknik persuasi distorsif dan kurang memperhatikan etika persuasi telah menimbulkan kemiskinan kognisi para calon konsumen dan terakhir kepada pengambilan keputusan untuk membeli dengan informasi yang tidak lengkap tersebut. Inilah sesungguhnya yang bisa yang bisa menjadi perangkap bagi masyarakat untuk terjebak di dalam perilaku konsumtif yang berakibat budaya konsumerisme yang negatif di masyarakat.

Suatu kenyataan yang tidak dapat dipungkiri bahwa pola hidup masa kini condong pada gaya hidup materialistik. Persaingan ketat dalam mendapatkan sesuatu yang memberikan keuntungan telah membawa manusia menjadi *hayawan* yang hidup dalam dunia beradab.

Kecondongan hidup yang konsumtif dan individualistik merupakan warna kehidupan masyarakat pada masa kini. Pola hidup seperti ini tidak ada bedanya dengan pola hidup binatang di hutan rimba. Manusia pada umumnya sudah terkena penyakit *syarh*, yaitu tidak lagi mampu mengontrol gaya hidup *ghadab* (emosi) dan daya syahwat dengan daya hikmah yang ada pada jiwanya. Selanjutnya, lahir dalam diri manusia sebagai macam penyakit seperti tamak, rakus, iri hati, ingin

¹⁰ Roem Topatimasang, Dkk, *Pendidikan Populer Membangun Kesadaran Kritis*. (Yogyakarta: Insist Press, 2005), hal. 68.

menang sendiri, dan sebagainya yang merugikan diri sendiri.

Semua perilaku baik yang bermotifkan politik, sosial, pendidikan, maupun agama dijadikan objek untuk memenuhi kebutuhan hewani yang konsumtif dan individualistik. Dunia sekarang tidak ada bedanya dengan dunia yang digambarkan oleh Ja'far bin Abi Thalib kepada Raja Najasyi, yaitu dunia yang kuat memangsa yang lemah.

Sikap statis dan konsumtif pada masyarakat Indonesia juga bisa ditinjau dari sisi teologi tradisional berakar pada teologi Asy'ariyah. Menurut Harun Nasution, teologi Asy'ariyah selain bersifat tradisional juga cenderung pada aliran Jabbariyah. Menurut paham ini manusia banyak bergantung kepada kehendak dan kekuasaan mutlak Tuhan. Argument paham ini adalah surat al-Insan 30: *"Kamu tidak dapat menghendaki kecuali Allah yang mengehendaki..."*

Pemahaman tersebut sangat mungkin membawa kepada sikap budaya statis dan konsumtif di kalangan umat Islam. Akibatnya para pengikut Asy'ariyah kurang memiliki sikap inovatif ke arah pengembangan diri yang bersifat rasional atau adanya era mitologis.

Berbeda dengan teologi rasionalistik yang menempatkan kekuasaan dan kehendak Tuhan tidak bersifat mutlak. Kekuasaan Tuhan dibatasi oleh keadilan-Nya dan Sunnatullah.

Menurut Kuntowijoyo, selain ajarannya membuat nilai-nilai yang dinamis, juga dapat melahirkan sikap individualistik dan hubungan dalam masyarakat yang bersifat kontraktual.

Al-qur'an sebenarnya tidak juga mencegah manusia untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tidak juga melarang, bahkan mempertanyakan *"siapa yang melarang perhiasan?"*, apalagi mencukupi kebutuhan hidup yang beraneka ragam, tapi Al- Qur'an melarang orang yang berlebih-lebihan dan melampaui batas. Al-qur'an melarang manusia membiarkan hawa nafsunya yang menyebabkan mereka tidak mampu mengendalikannya, bahkan mempertahankannya. Al-qur'an mengingatkan bahwa di dunia ini terdapat orang-orang yang serakah, loba dan tamak yang bisa sangat merugikan orang lain.¹¹

Islam menghawatirkan orang menjadi mencintai harta kekayaan secara terlebih-lebihan. Hal ini bisa menyebabkan sikap asosial. Sikap ini bisa menimbulkan kelalaian terhadap orang lain yang menderita kemiskinan, bahkan juga keserakahannya yang mendorong manusia mencampur adukkan yang halal dan yang bathil. Sumber dari sikap-sikap seperti antara lain adalah pandangan hidup yang hedonis dan konsumtif.

¹¹Surahwandi Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hal. 46.

Kekayaan boleh dikejar, tetapi harus dibelanjakan kembali untuk hal-hal yang berguna. Sikap yang disukai oleh Allah adalah sikap tengah, tidak boros dan tidak pula kikir. Kekayaan harus dipergunakan untuk sesuatu yang bermanfaat.

Pertanyaan yang menarik diajukan adalah, apakah ajaran Islam menganjurkan dan memberi motivasi untuk bekerja yang hasilnya adalah pertumbuhan ekonomi dan kemampuan untuk membayar zakat? Pertanyaan ini muncul karena terdapat ayat-ayat yang seolah-olah mencegah orang untuk menjadi kaya sehingga orang bersifat konsumtif (Surah al Humazah atau surat al Takatsur).

Apabila benar Al-qur'an mencegah orang untuk menjadi kaya, hal ini tentu mengandung kontradiksi dengan ajaran zakat, sebab bagaimana orang bisa membayar zakat jika tidak memiliki kekayaan dan pendapatan yang berlebih.

Menurut konsep Al-qur'an rezeki adalah titipan Allah kepada manusia, kekayaan tetap milik Allah yang dikuasakan kepada manusia untuk mengelolanya. Jika kelebihan maka Allah "memintanya kembali" untuk diberikan kepada orang miskin dan keperluan lain.

Dalam surat *Takatsur* Al-qur'an mengutuk orang yang bermegah-megahan yang menyebabkan mereka lalai dari kewajiban. Di

sini, yang dimaksud bukanlah larangan mencari rezeki, melainkan bermegah-megahan yang menyebabkan orang lalai.

Rezeki dan kenikmatan lahir dan batin adalah hak (Luqman:20). Sekilas nampak ada kontradiksi antara perintah-perintah dan larangan-larangan Allah tersebut menimbulkan ketegangan. Di satu pihak perintah untuk berjalan di muka bumi guna mencari rezeki Allah dan pernyataan bahwa hanya kepada Allah saja manusia bergantung seperti yang tertangkap dalam surat *Al-Mulk*: 15. Keseimbangan hidup adalah kunci ajaran dalam Islam. Keseimbangan itu dimulai dari individu yang jika dilakukan oleh mayoritas dalam masyarakat, maka perilaku individu itu akan menjadi perilaku sosial.

C. Penutup

Globalisasi yang adalah sebuah fenomena yang tidak bisa dihindari oleh negara-negara di dunia. Dalam berbagai kebijakan di dunia modern terutama dibidang ekonomi tidak memungkinkan bagi suatu negara untuk menutup diri dari dunia luar. Hal ini tentu menjadikan kesempatan bagi dunia maju untuk 'memborbardir' dunia ketiga dengan berbagai produk yang diberi label kemajuan dan kemodernan.

Labelisasi modern atas pemakaian produk-produk Barat (negara maju) telah

memicu motivasi masyarakat untuk keluar dari ketergantungan tradisional menuju masyarakat modern dengan hanya memakai produk-produk tersebut. Persaingan untuk menjadi modern tersebut telah menimbulkan perilaku konsumtif sehingga produktifitas lamban.

Islam sebagai agama yang “shaleh” sepanjang zaman telah menetapkan aturan-aturan yang sistematis untuk mencegah tumbuhnya perilaku produktif. Islam sangat menyadari bahwa di dalam diri manusia ada nafsu hayawaniyah yang berwujud keinginan-keinginan berdasarkan kebutuhan dasar

hawani. Jika nafsu tersebut tidak diimbangi dengan aturan-aturan yang bersifat mengikat secara individu maka akan terjadi ketidakseimbangan personal yang berkibat kepada munculnya kejahatan yang dampaknya adalah kehidupan sosial.

Ajaran Islam tersebut, jika dilaksanakan dengan baik akan mampu menjadi senjata ampuh untuk mengendalikan manusia menjadi organisme konsumtif yang tidak saja merugikan dirinya tetapi juga berpotensi merugikan orang lain.

REFERENSI

- Ash-Siddiqy, Muhammad Najetullah, *Economic Thought of Abu Yusuf*. Aligarh: Fikriwa Najjar, 1964
- Faqih, Mansour, *Pembangunan: Pelajaran apa yang Kita Peroleh?*. Edisi 5 Tahun II. Yogyakarta: Insist Press. 2000
- Fromm, E. *Masyarakat Yang Sehat*. Alih Bahasa Sutrisno. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 1992
- Jhamtani, Hir, *Kuasa Korporasi: Penjajahan Pikiran dan Ruang Hidup*. Wacana Edisi 19. Tahun VI. Yogyakarta: Insist Press. 2005
- Kuntowijoyo, *Radikalisme Petani*. Yogyakarta: Gerbang. 2003
- Lubis, Surahwandi, *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika. 2000
- Maarif, Ahmad Syafi'i (Ed), *Al-qur'an dan Tantangan Modernitas*. Sippres: Yogyakarta. 1993
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama. 2002
- Priyono. B. Herry. *Marginalisasi ala Neo Liberal*. Basis. 2004
- Tambunan, R, *Remaja dan Perilaku Konsumtif, Jurnal Psikologi dan Masyarakat* (online). <http://www.esikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Topatimasang, Roem, Dkk, *Pendidikan Populer Membangun Kesadaran Kritis*. Yogyakarta: Insist Press. 2005