

Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Konvensional Dan Islam

Yulpida Sari Lubis¹, M. Irwan Padli Nasution²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

yulpidasarilubis@gmail.com¹, irwannst@uinsu.ac.id²

ABSTRACT

This study was conducted to find out about the differences and ways of consumption behavior in an Islamic perspective and in a conventional perspective as well. In this case consumer behavior is a feature related to buying and using products for their needs. And this consumer behavior arises because of several basic principles. to meet needs and also satisfaction for individuals or groups of problems in this research how a consumer from a conventional and Islamic economic perspective. In Islam itself this consumer behavior is a job that satisfies needs that highlight a will with the principles of Islamic law. Islam also consumption activities are very obligatory to have like masalah either for our personality or for other people. This masalah is to fulfill human needs and according to sharia law and unite the good and the harmless and must balance the world and hereafter.

Keywords: *consumer behavior, Islamic economics, conventional economics*

ABSTRAK

Study ini di lakukan untuk mengetahui tentang perbedaan dan bagaimana cara perilaku konsumsi dalam perspektif islam dan dalam perspektif konvensional juga .dalam hal ini perilaku konsumen adalah suatu fitur yang terkait engan dengan pembelian dan mempergunakan produk untuk kebutuhannya.dan perilaku konsumen ini timbul karna beberapa dasar dasar untuk memenuhi kebutuhan dan juga suatu kepuasan bagi individu atau kelompok permasalahan didalam suatu penelitian ini bagaimana suatu konsumen ber prspektif ekonomi konvensional dan islam .Di dalam islam sendiri perilaku konsumen ini adalah suatu pekerjaan yang memuaskan kebutuhanyang yang menonjolkan suatu kemauan dgn prinsip prinsip syariat islam .di islam juga kegiatan konsumsi wajib sangat ada untuk dimiliki seperti masalah baik untuk kepribadian kita atau untuk orang lain .masalah ini merupakan untuk memenuhi kebutuhan manusia dan menurut hukum syariah dan menyatukan yang baik dan yang tidak berbahaya dan harus menyeimbangkan dunia dan akhirat.

Kata Kunci: perilaku konsumen, ekonomi Islam, ekonomi konvensional

PENDAHULUAN

Dari sini manusia bertindak untuk memenuhi kebutuhan hidup yang merupakan naluri manusia ,sejak lahir dan manusia telah menyatakan

keinginannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut caranya seperti , seseorang meronta ronta dan nangis untuk membuktikan bahwa seseorang bayi sedang merasakan kelaparan dan ingin segeraminta asi dari ibunya sendiri , lambat laun hari demi hari bayi tersebut semakin bayi tersebut tumbuh dewasa , maka untuk keinginannya pulak semakin bertambah atau meningkat dan segera mencaapai tinggi puncaknya pada usianya tertentu untuk seterusnya semakin surut sehingga manusia tersebut wafat.

Teori perilaku konsumen ini (costumer behavior) mengajarkan bagaimana seseorang menentukan yang diantara berbagai jenis yang mungkin harus dihadapinya dengan berbagai jenis jenis yang dihadapi dengan berbagai pemanfaatan sumber daya (resources) yang ia miliki .Teori perilaku konsumen rasional di paradigm ekonomi konvensional ini di dasari pada prinsip prinsip dasar utilitarianisme.

Mengambil inisiatif Bentham, ia mengatakan bahwa pada umumnya tidak seorangpun kecuali individu itu sendiri yang dapat mengetahui apa yang baik untuk kepentingannya sendiri, sehingga membatasi kebebasan individu, baik oleh orang lain maupun oleh otoritas public, adalah kejahatan yang harus dilakukan baik salah satu penerusnya John Stuart Mill, menetapkan hal ini dalam bukunya tentang kebebasan yang diterbitkan pada tahun 1859, dan pemahaman ini dipertajam untuk mengungkapkan konsep kebebasan bertindak sebagai ekspresi kebebasan rakyat. Minimum yang mencegah perkembangan manusia dan berbagai intervensi juga merupakan pemaksaan terhadap kebebasan dasar manusia dan karenanya juga harus dihentikan, dan lebih lanjut menegaskan dan juga militer bahwa setiap masyarakat untuk mengejar kepentingan dengan cara yang dipilih. Akan tetapi kebebasan bertindak seseorang yang mandiri harus dibatasi oleh kebebasan orang lain dalam arti untuk bertindak tidak diperbolehkan mendatangkan kerugian bagi setiap orang lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini dilakukan dengan sebuah sistem yang mengkaji tentang kajian pustaka, dan yang diambil dari beberapa buku atau jurnal tentang ekonomi islam dan konvensional sebagai rujukannya , dan dengan menganalisis teori dalam dan juga jurnal rujukan .

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Khan, "Consumer behavior can be defined as the decisionmaking process and physical activity involved in acquiring, evaluating, using and disposing of goods and services (Khan, 2006:1). Perilaku konsumen ini merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang terkait dengan aktivitas fisik semacam itu melibatkan perkiraan penggunaan dan pembuangan barang dan jasa.

American marketing association mendefinisikan bahwa consumer behavior is the dynamic interaction of affect and cognition, behavior and the environment by which human beings conduct the exchange aspects of their lives (Peter dan Jerry, 2010:5)

Perilaku Konsumen ini adalah suatu teori yang belajar bagaimana orang memilih antara pilihan yang berbeda suatu jenis yang hendak ia gunakan dengan cara menggunakan sumber daya yang ia miliki. Konsumen dalam Islam ini dia lebih mengedepankan "kehendak" di dalam konsumen ini dia lebih berpotensi dari berbagai apa apapun yang akan dia butuhkan dan ini tidak berdasarkan pada suatu "keinginan" dan dalam masalah ini individu berfokus dengan hawa nafsunya semata dan seseorang tidak mempertimbangkan yang namanya kebutuhan.

Dari pengertian di atas kita dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumen ini sendiri merupakan salah satu yang dinamakan proses suatu pekerjaan jika seseorang tersebut melakukan yang namanya pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta mengevaluasi sesuatu produk (barang atau jasa) dan untuk memenuhi suatu kebutuhan dan suatu keinginan seseorang yang telah dipengaruhi oleh sebuah pikiran, perasaan, pengalaman, gagasan serta lingkungan.

2. Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Konvensional

Adapun di ekonomi konvensional ada beberapa pelajaran dan dijelaskan tentang teori konsumsi, misalnya teori perilaku konsumen dengan pendekatan marginal utility, penekanan indifference curve, hingga pendekatan seperti pendekatan karakteristik. Dalam pendekatan marginal utility dan tingkat kepuasan seorang individu diasumsikan serta di kuantifikasi serta ikut serta di sesuatu pola law of diminishing marginal utility dan sementara itu pendekatan suatu karakteristik dan mencoba menjelaskan suatu propesi suatu konsumen adalah sebagai suatu karakteristik untuk mencoba membandingkan suatu barang atau jasa, dan tidak wujud barang itu sendiri (M.B Hendrie Anto, 2003, p.120)

Demikian ini jika suatu pendekatan yang mesti dipergunakan ,sebuah pelajaran pelaku seperti teori konsumsi di suatu ekonomi konvensional ini tidak bebas seperti nilai .dan pada dasarnya sebuah teori teori ini dia berdiri di atas dua nilai dua nilai seperti nilai pada umumnya seperti rasionalisme ekonomi dan seperti utilitarianisme .

Menurut (weber ,1959,h.52-76;sen ,A.K,1987,h.15;khaf,1992,h.63)demikian dengan rasionalisme ekonomi yang mengandungseperti pengertiannya jika disetiap konsumen mengensumsi sekiranya sama seperti sifatnya dengan homo aconomicus .dan adapun cara yang lebih spesifik si konsumen ini akan mengambil tindakan untuk mengambil apa yang seharusnya menjadi kepentingannya sendiri ,dan kita juga tau dimana kalkulasi yang pas untuk suatu perilaku ekonominya sendiri supaya mendapatkan kesuksesan yang dimiliki pencapaian dan prestasi yang sifatnya materialistik. Dan sebab itu resinolisme ininjuga sangat bermakna kepada suatu jerih payah atau pengerbanan suatu kepentingan diri seseorang yang dengan demikian di ukur seberapa banyaknya duit atau suatu bentuk seperti suatu kekayaan yang digunakan atas seseorang.(M.BHendri Anto ,2003,p,120).

Menurut (Miller, 1962; Capra, 2001), pengertian utilitarianisme yang sering disebut utilitarianisme hedonis adalah suatu pandangan yang mengukur benar atau salahnya dengan ukuran kesenangan dan kesakitan. Sesuatu yang memberikan kenikmatan dipandang sebagai benar dan baik dan sebaliknya ketika tidak memberikan kenikmatan dipandang sebagai salah atau buruk .Kedua nilai inti ini membuat perilaku konsumsi individu menjadi individualistis, terwujud dalam semua barang dan jasa yang mendatangkan kegembiraan dan kenikmatan. Jadi, tentu saja, saya akan meninggalkan hal-hal yang menyebabkan"gangguan" dan mengejar hal-hal yang menyenangkan.Di antara berbagai teori, pendekatan kurva indiferen adalah yang paling populer.

Utilitas harus sudah ditetapkan sebagai kardinal. Oleh karena itu pendekatan ini juga sangat sering muncul di berbagai pendekatan disebut sebagai pendekatan sekuensial.Individu, sebagai konsumen, memakai berbagai jenis barang dan jasa untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam hidupnya. Konsumen rasional memilih barang dan jasa yang mereka konsumsi yang membawa manfaat, utilitas, dan kekuatan terbesar. Konsumen bertindak secara rasional. Dengan kata lain, konsumen selalu mencari kepuasan maksimal dengan memenuhi kebutuhannya. (Setyowati et al,2003 p.89)

Ilmuwan yang paling dihormati di dunia mengembangkan teori ekonomi yang tradisional adalah Adam Smith. Membangun landasan epistemologis ekonomi di dalam bukunya The Theory of Perasaan moral Dia menjelaskannya kebebasan dan kemerdekaan manusia adalah seperti ekspresi alami atau lebih

dikenal dengan kebebasan kebebasan alami. kemerdekaan manusia Tujuannya adalah untuk mencapai kebebasan yang terpenting, karena Aristoteles juga mencatat tangkapan ini kesenangan dalam kebebasan adalah suatu tujuan paling terakhir dari hidup seseorang (Muflih, 2006:73).

Setelah kemenculan kapitalisme di barat munculnya teori perilaku konsumen yang dibangun untuk menjawab 4 pertanyaan utama ratneswer at al. pertama, apa motivasi dan keinginan yang mendorong perilaku konsumen ? kedua, mengapa konsumen membeli dan mengonsumsi produk ,merek,dan jasa tertentu dari banyak pilihan yang tersedia di lingkungannya,ketiga , bagaimana konsumen berpikir dan mengalami ,dan bagaimana mereka mengimplementasikan hal hal tersebut? Keempat ,penjelsan apa yang dapat diberikan untuk insentif konsumen dan insentif antara individu dan tempat? (ratneswart,dkk.,2000:)

Pendapat serupa juga diungkapkan Pengarang: Matin Khan (khan, 2006:6). Oleh karena itu, tidak heran jika banyak di penelitian ini di perbuat dengan independen hubungan langsung dengan kehidupan sebagai kebutuhan, kenyamanan dan kemewahan dengan properti (produk terjangkau dan karakteristik produk), dengan konsekuensi biasanya diwujudkan melalui hirarki nilai konsumen konsumsi psikologis dari produk yang diinginkan dan kemudian efeknya preferensi produk.

Pandangan Islam tentang kehidupan dunia didasarkan pada tiga prinsip dasar, yaitu tauhid, khilafah,dan Keadilan (Masyhuri, 2005:30). Tauhid mengacu pada sifat ini Alam semesta diciptakan oleh Allah SWT sengaja dan terencana untukseluruh alam .mahluk yang ada di dunia, sebagai bagian dari ini, memiliki kehendak bebas, rasionalitas dan kesadaran moral untuk hidup menyembah Allah dengan patuh. Di sisi lain, orang telah ditetapkan sebagai khalifah di bumi untuk jangka waktu tertentu, semua sarana yang mereka miliki adalah mandat yang mereka miliki.kemudian bertanggung jawab atas kekhalifahan umat, setidaknya ada empat yayasan apa itu politik Pertama-tama, kehidupan manusia di dunia telah berakhir.Kedua, balas dendam yang sempurna karena pekerjaan manusia akan terjadi setelah akhir zaman. ketiga untuk mereka datang dari surga dan neraka adalah kemenangan besar.Dan sebaliknya landasan keempat,kehidupan duniawi adalah kenikmatan ilusi (Masyhuri,)

3. Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam

Perilaku manusia dalam perspektif Islam tentang kehidupan di dunia melihat dunia mengacu pada visi realitas dan kebenaran yang muncul di depan pikiran untuk melahirkan segala jenis keberadaan.Pandangan seperti itu tidak adil

kepentingan diri sendiri, tetapi juga kepada seluruh anggota masyarakat tanpa memandang atau melihat agama mereka (Khan, 1996). Berbeda dengan ekonomi tradisional yang menganggap bahwa seseorang adalah ekonom rasional, Islam mengajarkan kebiasaan konsumsi yang moderat, tidak berlebihan atau pendek. Menurut Abdul Mannan (1997:45), larangan Islam tentang konsumsi diatur oleh lima prinsip, yaitu:

1. Prinsip keadilan.

Islam punyahal yang berbeda apa ekonomi lakukan dan tidak lakukan mengkonsumsi dan menyebabkan penyakit dan bahaya. Melalui menjaga kesejahteraan, konsumen Muslim setiap saat untuk melindungi hak orang lain yang berhak menerima dan menghindari segala bentuk diskriminasi kasus Hukum menurut Alquran adalah kesejahteraan, karena keadilan untuk membebaskan manusia kepada kesalehan dan untuk menghasilkan kesejahteraan bagi rakyat sendiri

2. Prinsip kemurnian.

Kamu harus makan enak dan halal, tidak itu bisa menjijikkan / menjijikkan merugikan tubuh dan jiwa manusia.

3. Prinsip kesederhanaan.

prinsip ini mengatur tingkah laku manusia makan, minum, berpakaian, atau perumahan, tidak melebih-lebihkan (Rahman, 1995:19).

4. Prinsip kedermawanan.

Sifat konsumsi manusia juga harus diperhatikan kaya Itu kalau masih banyak untuk orang yang membutuhkan makanan dan mari kita minum kemudian menawarkan makanan kita atau kita berikan yang benar-benar membutuhkannya.

5. Prinsip moralitas.

Manusia adalah makhluk berkehendak bebas berarti tidak terlepas nilai moral kausal (Muhammad, 2004:171). Konsumen tradisional membangun moralitas ini hanya mengikuti prinsip Utilitas, persetujuan dan persetujuan.

Di agama Islam, konsumerisme dibentuk oleh nilai-nilai mutlak ilahi. dengan lima prinsip di dalam Ekonomi Islam menjadikan manusia untuk jadi seorang pria muslim. Seorang Muslim mengkonsumsi barang Tujuannya hanya untuk memaksimalkan kepuasan, tapi selalu perhatikan kehalalan barangnya atau tidak haram, israf atau tidak, tabzir atau tidak, merugikan suatu seseorang dan tidak seterusnya (Qardhawi, 1997:148). Qardhawi lebih lanjut mengatakan

sebagian dari standar dasar membentuk dasar perilaku konsumsi islami yaitu yang pertama Gunakan kekayaan untuk kebaikan dan jauhi kesengsaraan. Yang kedua Jangan sombong. (Qardavi, 1997:148).

Sesudah kedua percakapan suatu konsep ekonomi perilaku konsumen, dan didapatkan suatu prinsip bahwa perbedaan Ekonomi tradisional hanya melayani kebaikan dunia, sedangkan ekonomi Islam melayani kehidupan dunia. Memaksakan tingkat mengonsumsi termasuk dalam kategori permintaan. didalam perekonomian konvensional, perilaku konsumen berasal dari keinginan untuk kepuasan maksimal. Islam memenuhi aspek kekuatan spiritual sekaligus kekuatan material. Konsumen sebanyak konsumen. Konsumsi tidak hanya sekedar makan dan minum, tetapi juga pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Teori konvensional mengatakan bahwa konsumen selalu menginginkan tingkat kekuatan tertinggi.

Menurut Mannan, ada 5 asas konsumsi, antara lain asas keadilan, asas kebersihan, asas kesederhanaan, asas kedermawanan, dan asas kesusilaan pada komoditas lainnya. Quraish Shihab mengatakan dalam Tafsir Al Misbah terdapat jenis barang haram yaitu jenis barang haram. Barang tersebut haram karena zatnya dan tidak haram karena zatnya, namun barang halal tidak termasuk dalam dua barang haram yaitu barang yang haram karena zatnya dan haram bukan karena zatnya, sedangkan komoditi halal itu yang tidak termasuk pada dua komoditi haram tersebut.

Konsumen perlu waspada ketika memutuskan apakah suatu produk haram atau halal. Karena Islam sangat mementingkan barang apa yang dikonsumsi, maka perlu diperjelas apakah itu halal atau haram. Konsumsi seperti itu tidak dapat diterima. Dalam ajaran Islam, ada beberapa latar depan mengenai Konsumsi lebih berorientasi pada masalah, bukan manfaat. Pencapaian Maslaha adalah tujuan hukum Islam (maqashid syarah). Kedua, dilarang di dalam agama Islam Konsumsi barang atau jasa yang berlebihan. Ketiga, Islam menekankan hal ini Penyempurnaan dimungkinkan selama itu mengingatkan pihak lain yang tidak mampu membelinya. Jadi menekankan pada aspek zakat, infaq dan shadaqah.

4. Kritik Islam Terhadap Pendekatan Konsumsi Konvensional

Di beberapatahun terakhir, beberapa peneliti telah terlibat cukup untuk ilmu agama. Berdasarkan studi Zaman (1992), mereka menunjukkan apakah keyakinan agama seseorang kuat atau tidak Pemasar dan konsumen mempengaruhi apakah kecenderungan seseorang kuat atau tidak ada standar dan penilaian etika, dan ini juga sangat berbeda yang tentusaja beda etika Namun menurut Zaman (1992), para peneliti ini sangat berharap akan lebih

banyak lagi Lebih banyak penelitian sedang dilakukan dalam kaitannya dengan peran atau pengaruh etika keragaman keputusan pembelian konsumen. Keinginan Anda dibenarkan mengingat teori perilaku konsumen Barat masih cukup dominan yang apalagi dipengaruhi oleh budaya sekular, yang tentunya sangat berbeda dengan perilaku dari sudut pandang Islam. Dari sudut pandang Islam, jalur ekonomi seperti itu hanya membangun hubungan yang positif terbatas, yaitu hanya hubungan antara manusia (*hablumminannas*) dan hubungan manusia dengan alam, tanpa mencapai dimensi yang lebih penting, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan (*hablumminallah*) (Suwardi, 1996). Argumen Suward konsisten Kesimpulan Siddiq (1982) mengacu pada tiga asumsi utama metodologi ekonomi biasa Di atas segalanya, setiap manusia itu egois dan sangat rasional berperilaku; kedua adapun tujuan dari individu ini adalah untuk memperbanyak pelajaran; dan yang ketiga berturut-turut seseorang memiliki suatu kebebasan mutlak untuk mengoptimalkan suatu kekayaan mereka. Menurut Suwardi(1996) anggapan ini telah merugikan baik lingkungan maupun peradaban kemanusiaan dan krisis kemanusiaan yang serius.

Tiga asumsi di atas dalam perilaku biasa jelas diabaikan peran dan fungsi manusia sebagai hamba dan khalifah Allah. Alih-alih memperhatikan Dalam perannya sebagai khalifah, manusia pada umumnya dipandang sebagai makhluk ekonomi harus mengkonsumsi sumber daya alam yang tersedia sebanyak mungkin dan memenuhi segala sesuatu yang memuaskannya terutama karena keberadaa meskipun upaya tersebut tidak melanggar hukum dan peraturan buatan manusia (Suwardi, 1996). Kebutuhan manusia muncul dari hirarki kebutuhan Masalah kebutuhan fisiologis, kemudian keamanan, masalah sosial, kebanggaan dan aktualisasi diri.

Dilihat dari teori ini hanya terbatasnya di bagian horizontal (*hablum minannas*). Jadi jika perilaku menunjukkan hubungan vertikal, maka hubungan tersebut tidak lebih banyak perilaku berbasis ritual yang tidak terkait dengan pandangan Kehidupan Muslim (Suwardi, 1996). Apalagi menurut sudut pandang tradisional, dari sudut pandang Hubungan dengan Tuhan, hubungan antara Tuhan dan alam, termasuk manusia, hanyalah karakteristik sementara itu, di mana diyakini bahwa setiap seseorang ada kebebasan mutlak untuk menentukan arah tentang hidupnya sendiri. Salleh (2002) menjelaskan manifestasi perspektif perilaku konsumen tradisional melalui theory of reasoned action (TRA). TRA berasumsi bahwa seseorang bertindak ketika dia berniat untuk bertindak memiliki kebebasan bertindak yang tidak terbatas. Tentang tujuan dan nyatanya kehidupan Kehidupan manusia, kehidupan didalam semesta ini adalah hal yang paling penting, kalau begitu Oleh karena itu, efek dari perilaku tertentu diprioritaskan (difokuskan) di atas efek

tersebut secara mental mencerminkan perilaku tertentu. Jadi bisa dimaklumi kalau dari sisi spiritual seperti konsep membayar zakat, meninggalkan hal-hal syubhah (di bawah topi) yang dalam Transaksi jual beli, menghindari transaksi riba, judi, curang dan lain-lain; diabaikan dalam wacana ekonomi tradisional (Kahf, 1992).

Sebuah teori perilaku yang memandang orang sebagai makhluk egois Menurut Suward (1996), egoisme (egois) berakar dari pandangan Max Weber, bahwa perilaku "orang finansial" didasarkan pada perhitungan dan kehati-hatian di masa depan untuk mencapai "kesuksesan finansial" atau kekuatan finansial. sudut pandang ini tercermin dalam teori tradisional perilaku konsumen berdasarkan "rasionalisme" ekonomi dan "utilitarianisme". Juga menurut Suward (1996), kritik terhadap pandangan Konvensi-konvensi ini, terutama para cendekiawan Muslim, kurang memiliki kapasitas teori perilaku konsumen tradisional serta sangat paham tentang element eksternal serta alami bagi manusia. Orang mungkin atau mungkin tidak dihitung secara matematis melihat masa depan dan akal sehat dengan sempurna.

Mengacu pada pembuktian konvensional di atas, Suwardi (1996). lihat berikut ini Teori perilaku konsumen tradisional selalu terlibat pandangan jangka pendek (duniawi) atau berdasarkan falsafah hidup yang materialistis dan individualistis. Menurut Suwardi, asosiasi ini melibatkan semua individu yang bersaing satu sama lain untuk mendapatkan kekayaan materi sebanyak-banyaknya. Bagi produsen, misalnya, memaksimalkan keuntungan adalah norma sosial, sedangkan konsumen berusaha memaksimalkan utilitas dalam pendapatan yang terbatas, Oleh karena itu, kita harus lebih produktif untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan yang menjadi menarik daya beli kita. dan akhirnya, memaksimalkan konsumsi dan utilitas massal adalah tujuan akhir dari perilaku ekonomi atau konvensional.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perbedaan antara perilaku ekonomi konvensional dan Islam meliputi: Orang lebih mengutamakan sisi rasional daripada penggunaan sumber daya yang tersedia dan mengabaikan sisi moral. Dalam ekonomi Islam dunia adalah tempat kebajikan dimana orang untuk mencari keridhaan Allah, namun manusia harus selalu berbuat baik dan menghindari mudharat. Prinsip ekonomi tradisional adalah kebebasan, kepentingan pribadi, dan materialisme, sedangkan prinsip ekonomi Islam adalah keadilan, kebersihan, moderasi, kedermawanan, dan moralitas. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi dengan benar untuk dirinya sendiri. Konsumsi termasuk dalam kategori permintaan.

Perbedaan antara ekonomi tradisional dan ekonomi Islam mengenai konsumsi terletak pada pendekatannya dalam pemenuhan suatu kebutuhan. Untuk melihat di dalam kehidupan ini dan di dalam dunia ini adalah hak mutlak bagi manusia, sehingga menimbulkan orang memprioritaskan sisi rasional penggunaan sumber daya kekuatan yang ada, jadi sisi moral tidak terduga pada saat yang sama dalam bisnis Islam, dunia adalah ladang amal orang menemukan kesenangan, manusia harus tetap berbuat yang namanya kebaikan dan harus terhindar dari yang namanya kejahatan prinsipnya keadilan, kemurnian, kesederhanaan, kedermawanan. Imam Shatibi menggunakan istilah Maslaha, yang selanjutnya digunakan sebagai keuntungan atau kepuasan istilah dalam terminologi ekonomi konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arizka Anggraini, "Perbedaan Perilaku Konsumsi Dalam Teori Ekonomi Konvensional Dengan Teori Ekonomi Islam", LTA S-1 Kearsipan Fakultas Ilmu Agama Islam, UII, 2016, hlm. 5.
- Ghofur, Abdul, Pengantar Ekonomi Syariah, 2017, Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Khan, Matin, Consumer Behavior and Advertising Management, 2006, New Delhi: New Age International
- Peter, Paul J. & Jerry C. Olson, Consumer Behavior and Marketing Strategy. 2010, New York: Mc Graw – Hill/ Irwin
- Rivai, Veithzal & Antoni Nizar Usman, Islamic Economic and Finance, 2012, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sri Wigati, Perilaku Konsumen, Maliyah, Vol. 1 No. 1, hlm. 31-32.
- Tati Suharti J., M. Fathorrazi, Teori Ekonomi Mikro, 2012, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Muflih, Muhammad. 2006. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- hwar, S., et.al. 2000. The

Economic Reviews Journal

Volume 2 Nomor 2 (2023) 181-191 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v2i2.79

Why of Consumption:Contemporary Perspectives Onconsumer Motives,
Goals, and Desires. London:Routledge.

Khan, Matin. 2006. Consumer Behavior and Advertising Management.New
Delhi: New Age International (P) Ltd.Dafus Islam