PERILAKU KONSUMSI ISLAM: KAJIAN KRITIK

Sirajul Arifin*

Abstract: The consumption behaviour of conventional economic system emphasizing on material satisfaction causes economic imbalances to appear and makes humanitarian values disappear. The concept of *homo economicus* is no longer relevant to the present economic conditions. Therefore, Islam provides a critique of conventional economic theory of consumption. This critique rejects the presence of the building of paradigmatic values based on conventional economic system. In this context, Islam gives a boundary for consumption behaviour that is in accordance with the provisions of Shariah in order to have *homo Islamicus* as a model.

Kata Kunci: Perilaku konsumsi, teori ekonomi konvensional, *homo Islamicus*

1. Pendahuluan

Konsumsi merupakan kegiatan ekonomi yang penting, bahkan terkadang dianggap paling penting. Dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumsi bukan tanpa nilai tetapi dikonstruksikan dan dituntun oleh dua nilai dasar, yaitu rasionalisme dan utilitarianisme. Rasionalisme ekonomi mengandung makna bahwa setiap konsumen berkonsumsi sesuai dengan sifatnya sebagai *homo economicus*, yaitu konsumen bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self interest*), dimana kalkulasi yang tepat dari setiap perilaku ekonomi untuk meraih kesuksesan selalu diukur dengan capaian materialistik. Oleh karenanya, rasionalisme bermakna

---

*Penulis adalah Dosen IAIN Sunan Ampel Surabaya*
sebuah usaha penuh menuhkan kepentingan diri yang selalu diukur dengan berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.

Sedangkan nilai utilitarianisme, yang sering disebut utilitarianisme hedonis, merupakan suatu pandangan yang mengukur benar atau salah (juga baik atau buruk) berdasarkan kriteria "kesenangan" dan "kesusahan". Sesuatu dianggap benar atau baik ketika sesuatu itu memberikan kesenangan, dan sebaliknya dianggap salah atau buruk jika tidak kuasa menciptakan kesenangan. Dengan dua nilai dasar ini perilaku konsumsi seseorang akan bersifat individualis yang diwujudkan dalam bentuk segala barang dan jasa yang dapat memberikan kesenangan atau kenikmatan yang kemudian disebut dengan kepuasan (utility).

Salah satu pendekatan yang populer yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan adalah indifference curve. Dalam pendekatan ini, teori konsumsi dibangun atas prinsip-prinsip, antara lain adalah pertama, preferensi seorang konsumen dapat dinyatakan dalam suatu indifference curve, suatu kurva yang menunjukkan kombinasi benda-benda ekonomi yang dapat dikonsumsi dengan memberikan tingkat kepuasan yang sama. Indifference curve memiliki asumsi bahwa benda-benda ekonomi merupakan substitusi yang sempurna antara satu dengan lainnya. Hal ini berarti bahwa semua benda ekonomi akan memiliki nilai yang sama bagi konsumen, tidak ada yang lebih berharga atau lebih penting, dan tidak ada yang dilarang atau dianjurkan sepanjang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi konsumen, kedua, kurva tersebut dibangun atas nilai dasar kepuasan (utility). Seorang konsumen akan berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal yang ditunjukkan oleh kurva yang semakin bergeser menjauhi titik origin (bergeser ke arah kanan atas). Dengan kata lain, tujuan utama seorang konsumen adalah mencari kepuasan setinggi-tingginya dalam konteks economic rationalism di atas. Jenis kualitas dan kuantitas benda ekonomi yang akan dikonsumsi adalah yang dapat memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen, ketiga, upaya konsumen untuk mencapai kepuasan maksimal hanya akan dibatasi oleh jumlah anggaran yang dimilikinya. Jumlah anggaran dinyatakan dalam budget line, yaitu garis yang menunjukkan kombinasi pilihan benda-benda ekonomi yang dapat dibeli dengan suatu anggaran tertentu. Prinsip ini mengimplikasikan dua hal mendasar, yaitu 1) bahwa batasan konsumsi seseorang hanyalah anggaran
yang dimilikinya. Seseorang dapat mengkonsumsi apa saja sepanjang anggarannya memadai untuk itu. Tidak ada nilai-nilai fundamental lain yang menjadi kendala terhadap perilaku konsumsi, kecuali anggaran, dan 2) bahwa seorang konsumen cenderung menghabiskan anggarannya demi mengejar kepuasan tertinggi yang bisa dicapainya. Jadi, seseorang akan cenderung bersikap boros demi mengejar kepuasan maksimal, dan keempat, dalam realitas terdapat dua kemungkinan keadaan seorang konsumen dalam mengalokasikan anggaran untuk mencapai kepuasan, yaitu; 1) dengan anggaran tertentu ia berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal sesuai dengan budget line-nya, dan 2) pada tingkat kepuasan yang telah tertentu ia berusaha untuk dipenuhi dengan anggaran minimal dengan menyesuaikan indifference curve-nya.


2. *Homo Islamicus*: Dasar Perilaku Ekonomi Islam

Konsep *homo economicus* sebagai model dasar perilaku ekonomi manusia muncul banyak kritik dari kalangan ekonom Muslim. Mareka merasa tidak puas bahkan menolak kehadiran konsep tersebut. Konsepsi ini, menurutnya, tidak memadai untuk menjelaskan dimensi manusia yang jauh lebih luas, tidak sekedar manusia yang tindakan-tindakan ekonominya diarahkan secara mekanis oleh logika ekonomi. Manusia dalam dimensinya yang luas memiliki perspektif yang menjangkau aspek-aspek material dan non-material sehingga semua tindakan ekonominya tidak seharusnya dibatasi oleh dimensi-dimensi material saja sebagaimana yang tampak dalam perilaku *homo economicus*. Karena itulah, ekonom Muslim pun menolak dan menggantinya dengan konsep *homo islamicus* sebagai model dasar perilaku ekonomi yang sesuai dengan fitrah manusia:

249
Istilah *homo islamicus* merujuk pada perilaku individu yang dituntun oleh nilai-nilai Islam. Ekonom Muslim umumnya memakai istilah ini agar dapat mengakomodasi sifat mulia manusia baik yang mampu dilakukan oleh seorang Muslim atau tidak. Sebab harus diakui bahwa kemusliman seseorang ternyata belum menjamin keutuhannya terhadap ajaran-ajaran Islam, atau dengan kata lain, tidak setiap Muslim telah berperilaku sesuai dengan ajaran-ajaran Islam. Namun tentu saja, idealnya seorang Muslim adalah *homo islamicus* yang sejati, atau potret dari nilai-nilai Islam yang terpraktekkan secara aktual.


Dalam konteks aktifitas ekonomi, hal ini dapat memperluas konsep *nafs al-ammarah* sebagai motif ekonomi yang sangat cenderung kepada capaian kesenangan dan pemuasan nilai guna yang bersifat kebendaan.
Pada tahap ini seseorang baru sampai pada kesadaran semu (hasrat-hasrat hewani) dan menduga bahwa hukum-hukum normatif bukan merupakan sunnatullah yang mendasari seseorang dalam melakukan berbagai macam kegiatan ekonomi. Apabila banyak orang menganggap bahwa self-interest dalam praktek-praktek kepitalisme dulu dan sekarang adalah identik dengan pementingan diri sendiri (selfishness), keserasakan, dan pemuasan kesenangan tanpa batas, dan barangkali yang dimaksudkan, adalah self-interest dalam tingkatan paling rendah ini.


Adapun tingkatan nafs yang terakhir adalah nafs al-mutma’innah. Tingkatan nafs (self-interest) tertinggi ini merefleksikan kecenderungan jiwa yang tenang dan suci. Dalam konteks ini Allah menyatakan, "Hai jiwa yang tenang. Kembalilah kepada Tuhanmu dengan hati yang puas lagi diridlai-Nya". Al-Sabuni menafsirkan ayat ini sebagai panggilan penghargaan kepada jiwa yang bersih dan suci saat ajal menjelang sehingga Allah ridla


Dalam konteks ekonomi, tingkatan nafs ini dapat dimaknai sebagai self-interest yang telah mencapai kesadaran tawhid sehingga memperoleh tingkat kesempurnaan diri. Pada tahap ini antara das sein dan das solen tidak lagi terpisah sehingga tindakan-tindakan ekonomi tidak dimasudkan untuk pemuasan kesenangan dunia, namun diarahkan kepada pencapaian salah, yakni kebahagian dunia dan akhirat. Oleh karena itulah, setiap pemuasan self-interest, misalnya, maksimasi utilitas tidak lagi didominasi oleh logika-logika ekonomi pragmatis, tetapi diiringi pula dengan cara-cara pencapaian, tujuan dan pemanfaatan yang sesuai dengan ketentuan syari’ah.


Rasionalitas ekonomi dalam Islam diarahkan sebagai dasar perilaku kaum Muslimin yang mempertimbangkan kepentingan diri, sosial, dan pengabdian kepada Allah. Menurut para ekonom Muslim kontemporer, rasionalitas Islam dalam perilaku ekonomi tidak hanya didasrkan pada pemuasan nilai guna atau ukuran-ukuran material lainnya, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek; a) respek terhadap pilihan-pilihan logis ekonomi dan faktor-faktor eksternal seperti tindakan altruis dan harmoni social (Siddiqi, 1992: 42), b) memasukkan dimensi waktu yang melampaui horizon dunia sehingga segala kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi kepentingan dunia, tetapi juga untuk kepentingan akhirat (Kahf, 1992: 66), c) memenuhi aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh syari’at Islam (Khan, 1992: 73), dan d) usaha-usaha untuk mencapai falab, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat.

Ide yang menarik mengenai tema ini diberikan oleh Waleed el-Anshory yang meletakkan konsep rasionalitas dalam konteks spiritualitas Islam, yaitu bahwa rasionalitas itu sesungguhnya merupakan perwujudan dimensi jihad dalam ekonomi. Menurutnya bahwa motif-motif utama yang mendorong homo Islamicus melakukan kegiatan ekonomi adalah kebenaran bukan kebahagiaan atau nilai guna. Hal ini dikarenakan kebahagiaan itu
sendiri dapat dikonfirmasikan kepada kebenaran, namun hanya merupakan efek bukan sebab. Dalam situasi seperti ini, homo islamicus menyesuaikan diri untuk sampai pada kebenaran bahwa Allah adalah Yang Maha Absolut, selain-Nya adalah relatif, dan semua yang relatif disandarkan kepada Yang Absolut dengan mengintegrasikan segenap aspek kehidupan memusat dalam kesucian. Dengan demikian, segala sesuatu dalam hidup adalah suci menurut Islam dan menuntut setiap orang berperilaku dalam kerangka ini.

Dimensi jihad dalam ekonomi ini merupakan sebuah tatanan baku yang selalu dijaga keberadaannya ketika homo islamicus menyadari kebenaran dalam segenap potensi dirinya; kepandaian, kemauan, dan emosi; yang terefleksikan dalam kebijakan perilaku ekonomi. Oleh karena itu, nilai guna hanya dipandang sebagai efek yang secara kontinyu menyertai nilai kebajikan ketika jihad ekonomi ini berhasil menyesuaikan self-interest dengan kebenaran. Atas dasar filosofi inilah rasionalitas Islam dalam ekonomi dibangun, sehingga saat ini dapat dipahami mengapa Nabi Muhammad Saw. membiarkan fluktuasi harga tetap mengikuti pasar, sebab Nabi ingin menegakkan kebenaran tanpa menzalimi siapapun.

Jadi, saat ini dapat ditemukan adanya realitas yang unik dalam rasionalitas homo islamicus, yaitu bahwa setiap perilaku ekonomi, termasuk konsumsi, tidak hanya menurut hasrat-hasrat alamiah manusia, tetapi harus didasarkan kepada kebenaran dan kebajikan. Jalan untuk mencapai rasionalitas ini tidak lain adalah mensubordinasikan motif, pikiran, orientasi, kehendak, dan perilaku ekonomi kepada aturan dan moralitas yang ditentukan oleh syari’at Islam. Memang dalam kerangka inilah, moralitas etik merupakan suatu keniscayaan dalam membentuk keseimbangan ekonomi (konsumsi).

Ajaran Islam yang terkait dengan etika konsumsi, seperti kewajiban untuk hanya mengkonsumsi makanan yang halal, larangan *tabahir* dan berfoya-foya tentu akan berpengaruh secara signifikan terhadap keseimbangan konsumsi. Dengan sendirinya, fungsi obyektif dari konsumsi seorang Muslim berbeda dengan konsumsi orang lain. Sebab bagi Muslim, perilaku konsumsi tidak hanya dimaksudkan untuk memperoleh utilitas pribadi tetapi juga harus menyesuaikan diri dengan keridlaan Allah. Dalam surat 46 ayat 15 Allah menganjurkan agar setiap
Muslim berdoa, “Ya Tubanku, tunjukilah aku untuk mensyukuri nikmat Engkau yang Engkau telah berikan kepadaku dan ibu bapakku dan supaya aku dapat berbuat amal saleh yang Engkau ridlai”.

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, ayat ini menunjukkan bahwa mensyukuri nikmat atas semua karunia Allah dan kemampuan untuk beramal saleh merupakan akhlak yang esensial sehingga konsumsi seseorang Muslim seharusnya dimanifestasikan untuk kedua hal tersebut. Sedangkan dalam bentuk yang lain, amal saleh diwujudkan dengan membelanjakan harta di jalan Allah, seperti zakat, infak, dan sedekah. Dalam Islam, semua bentuk sedekah ini (yang wajib maupun yang sunnah) mempunyai fungsi yang penting karena bagi seorang Muslim konsumsi dapat dilakukan setelah mendermakan sebagian dari pendapatannya. Implikasi kewajiban agama ini mengkonstruksi nilai-nilai selain kepuasan material yang melekat dalam perilaku konsumsi seorang Muslim sehingga harus diperhitungkan dalam pola konsumsi. Ini berbeda dengan perspektif ekonomi modern yang hanya memperhatikan pendapatan sebagai variabel utama, dan menganggap tidak relevannya etika agama sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Dengan demikian, fungsi obyektif yang dibuat atas dasar model keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam meliputi banyak faktor, diantaranya adalah a) memperhatikan amal saleh sebagai faktor untuk mencari keridlaan Allah, b) mengeluarkan sebagian pendapatan untuk zakat, infak, dan sedekah, c) pendapatan sebagai kendala anggaran tidak dibenarkan untuk menerima setiap riba atau tambahan yang diharamkan, dan d) tidak dibenarkan untuk mengkonsumsi komoditas yang diharamkan, seperti makan daging babi, minum khamar, judi, dan sebagainya.

3. Perilaku Konsumsi Islam: Sebuah Kritik

Teori perilaku konsumsi ala konvensional memiliki cara pandang yang berbeda dengan teori perilaku yang dibangun dengan prinsip dasar Islam. Perbedaan yang demikian sekaligus sebagai sebuah kritik Islam terhadap bangunan konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi pondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran konsumsi. Ada tiga prinsip yang mendasari perilaku konsumsi islami, yaitu keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat,
Perilaku Konsumsi Islam: Kajian Kritik (Sirajul Arifin)

“... dari Tuhan, sementara hanya sebagian hak saja, dibawah prasyarat khusus, yang menempel pada manusia sehingga dia perlu memenuhi tujuan Tuhan, yakni tujuan masyarakat dengan bertindak sebagai wakil untuk mereka yang membutuhkan”.


Berdasarkan ketiga prinsip di atas, jelas bahwa konsumsi seorang Muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimal sebagaimana dalam terminologi konvensional. Tujuan konsumsi seorang Muslim adalah untuk mencari kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat (jalah fi al-dunya wa al-akhirah) dalam bingkai moral Islam. Jadi, seorang konsumen Muslim harus mencari jalal (kesejahteraan) setinggi mungkin sebatas anggaran yang dimilikinya. Kesejahteraan yang dicitakan Islam merupakan wujud konkret dari tujuan syari’ah (maqasid al-shari’ah). Tujuan syari’ah, sebagaimana yang dieksporasi oleh al-Ghazali, mencakup segala
sesuatu yang dianggap perlu untuk melindungi dan memperkaya iman, kehidupan, akal, keturunan dan harta benda. Al-Ghazali meletakkan dasar iman pada deretan awal, karena dalam Islam, iman menjadi unsur pertama dan dominan dalam mengkonstruksikan kesejahteraan yang berkecembungan. Iman meletakkan hubungan manusia pada suatu dasar yang tepat dan memungkinkan manusia dapat berinteraksi dengan sesamanya dalam suatu sikap yang seimbang. Iman juga menjadi garda moral untuk mengalokasikan dan mendistribusikan sumber daya sesuai dengan tata atur persaudaraan dan keadilan sosio-ekonomi, bahkan menjadi suatu sistem motivasi yang memberikan kekuatan yang mengarah pada tujuan penukuan kebutuhan dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil.


Selain pilar dasar yang pertama (iman), harta benda al-Ghazali letakkan dalam bagian akhir, karena harta bukan merupakan tujuan itu sendiri. Meskipun keberadaannya sangat urgen dan pokok untuk merealisasikan kesejahteraan manusia, namun harta hanya sebuah alat. Harta tidak dapat mewujudkan tujuan ini kecuali dialokasikan untuk konsumsi secara efisien dan didistribusikan secara adil. Hal ini menuntut keterlibatan moral (iman) dalam pencarian harta dan pengelolaannya. Disinilah kosep korelasional dari berbagai elemen di atas menjadi sebuah konsep yang menjunjung nilai-nilai kesalehan Islam dalam membangun
kesejahteraan manusia. Satu sama lain diikat dalam suatu ikatan yang kuat dan tidak dapat dipisahkan. Namun demikian, ikatan tersebut harus tetap merujuk pada aturan (syari’ah) yang telah menjadi ketentuan Allah.


Israf, dalam konteks ini, dimaknai sebagai penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal makanan,

Keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan ini dapat disebut sebagai kebutuhan (need). Jadi, kita harus membedakan secara tegas antara keinginan dengan kebutuhan ini. Kebutuhan lahir dan hadir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara obyektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya. Jadi, seorang Muslim berkonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh keman-
faatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupannya. Hal ini merupakan dasar dan tujuan dari syariat Islam sendiri, yaitu *maslahat al-ibad* (kesejahteraan hakiki manusia), dan sekaligus sebagai cara untuk mendapatkan *falah* yang maksimum.

4. Preferensi Konsumsi yang Islami

Dalam ekonomi konvensional, satu jenis benda ekonomi, pada dasarnya, merupakan substitusi sempurna bagi benda ekonomi lainnya sepanjang mampu memberikan utilitas yang sama (*indifference curve*). Konsekuensinya, anggaran akan dialokasikan untuk mengkonsumsi apa saja sepanjang utilitasnya maksimum. Tidak ada benda ekonomi yang lebih berharga dari pada benda ekonomi lainnya, yang membedakan adalah tingkat kepuasan yang diperoleh akibat dari mengkonsumsi benda tersebut. Karenanya, benda yang memberikan utilitas lebih tinggi akan menjadi berharga dibandingkan benda yang memberikan utilitas lebih rendah.


Dalam al-Qur'an dan al-Hadis banyak dijumpai penjelasan bahwa pahala ini akan berwujud surga dimana di dalamnya penuh dengan sarana dan fasilitas bagi pemenuhan kepuasan (*utility*) dan kebutuhan (*need*)
manusia yang sifat, kuantitas dan kualitasnya jauh melebihi dunia. Oleh karenanya, konsumsi untuk ibadah pada hakekatnya adalah konsumsi untuk masa depan, sementara konsumsi duniawi adalah konsumsi untuk masa sekarang. Semakin besar konsumsi untuk ibadah, maka semakin tinggi *falab* yang akan dicapai, demikian sebaliknya, semakin besar konsumsi untuk duniawi, maka semakin rendah *falab* yang dicapainya.


*Kedua*, konsisten dalam prioritas pemenuhannya. Kebutuhan manusia dalam konsumsi sebenarnya memiliki tingkat urgensi yang tidak selalu sama. Terdapat prioritas-prioritas di antara satu dengan lainnya yang menunjukkan tingkat kemaslahatan dan kemendesakan dalam pemenuhannya. Para ulama telah membagi prioritas ini menjadi *maslahab daruriyah*, *maslahab hajiyah*, dan *maslahab tahi siniyah*.

Prioritas pertama, *maslahab daruriyah*, adalah sesuatu yang harus ada untuk mewujudkan kemaslahatan yang terkait dengan dimensi duniawi dan ukhrawi. Apabila hal ini tidak ada, maka akan menimbulkan kerusakan bahkan hilangnya hidup dan kehidupan, seperti makan, minum, salat, puasa dan ibadah-ibadah lainnya (Shatibi, t.t.: II, 7). Menurut Syatibi, kemaslahatan manusia akan terwujud jika lima unsur dasar kehidupan manusia dapat dibangun dan dipelihara, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Pengabaian terhadap kelima unsur pokok tersebut akan

Prioritas kedua, *maslahah baijiyah*, adalah sesuatu yang sebaiknya ada, sehingga dalam melaksanakannya leluasa dan terhindar dari kesulitan. Kalau sesuatu ini tidak ada, maka ia tidak akan menimbulkan kerusakan atau kematian, namun demikian akan berimplikasi pada munculnya *masaqqab* dan kesempitan (Shatibi, t.t.: II, 9). Contoh yang diberikan Syatibi dalam hal muamalat pada bagian ini adalah dimunculkannya transaksi bisnis dalam fikih muamalat, antara lain qirad, musaqah dan salam, serta berbagai aktifitas ekonomi lainnya yang bertujuan untuk memudahkan kehidupan atau menghilangkan kesulitan manusia di dunia (Shatibi, t.t.: II, 5).

Prioritas ketiga, *maslahah tabsiniyah*, adalah sesuatu yang tidak mencapai taraf dua kategori di atas. Hal-hal yang masuk dalam kategori *tabsiniyah* adalah jika dilakukan akan mendatangkan kesempurnaan dalam suatu aktifitas yang dilakukan, dan bila ditinggalkan, maka tidak akan menimbulkan kesulitan. Ilustrasi yang digunakan Syatibi dalam bidang muamalat untuk hal ini adalah dilarangnya jual beli barang najis dan efisiensi dalam penggunaan air dan rumput (Shatibi, t.t.: II, 5).

Dari ketiga prioritas di atas kemudian Syatibi simpulkan, bahwa ada relasi kuat satu sama lain, yaitu: a) *maslahab daruriyah* merupakan dasar bagi *maslahah baijiyah* dan *maslahah tabsiniyah*, b) kerusakan pada *maslahah daruriyah* akan membawa kerusakan pada *maslahah baijiyah* dan *maslahah tabsiniyah*, c) sebaliknya, kerusakan pada *maslahah baijiyah* dan *maslahah
tabsiniyah tidak dapat merusak maslahah daruriyah, d) kerusakan pada maslahah hajiyah dan maslahah tabsiniyah yang bersifat absolut terkadang dapat merusak maslahah daruriyah, dan e) pemeliharaan maslahah hajiyah dan maslahah tabsiniyah diperlukan demi pemeliharaan maslahah daruriyah secara tepat.

Dengan demikian, jika dianalisis secara mendalam, dalam usaha mencapai pemeliharaan lima unsur tersebut secara sempurna, ketiga tingkatan maslahah itu tidak dapat dipisahkan. Tampaknya bagi Syatibi, tingkat hajiyah merupakan penyempurna tingkat daruriyah, tingkat tabsiniyah merupakan penyempurna bagi tingkat hajiyah, sedangkan daruriyah menjadi unsur dasar dan determinan bagi kedua unsur lainnya. Untuk dapat memahami nilai serta ide yang terkandung dalam teks-teks otoritatif, dalam hal ini al-Qur’an dan al-Sunnah, tidak dapat dipisahkan terhadap maqasid al-shari’ah. Seseorang yang berupaya menderivasikan nilai dan ide tersebut ke dalam dataran praxis, maka tidak akan memberikan efek positif dan kemasmahatan jika ia tidak dapat menginternalisasikan maqasid al-shari’ah dalam proses tersebut.


5. Penutup

Daftar Pustaka


