



E- JOURNAL OF ISLAMIC
THOUGHT & UNDERSTANDING

BIL. 1

JANUARI 2018



Published by :

أكاديمية الدراسات الإسلامية المعاصرة
Akademi Pengajian Islam Kontemporari
Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS)



الجامعة الإسلامية
UNIVERSITI
TEKNOLOGI MARA
CAWANGAN MELAKA

MODEL GELAGAT PENGGUNA MUSLIM : ANALISA PERSPEKTIF SARJANA EKONOMI ISLAMMohd Zaid Mustafar¹ & Mohammad Taquiuddin Mohamad²**ABSTRAK****E-JITU**Acceptance date:
30th Sept 2017Valuation date:
18th Nov 2017Publication date:
30th Jan 2018

Teori gelagat pengguna dalam kerangka ilmu ekonomi konvensional telah bermula dari Barat selepas kemunculan fahaman kapitalis yang bertunjangkan kepada konsep 'rasionalisme ekonomi' dan 'utilitarianisme'. Kedua-dua konsep ini mengandaikan penggunaan utiliti secara maksimum sebagai objektif utama pengguna. Secara tidak langsung, ianya melahirkan pengguna yang hanya bermatlamatkan kepuasan semata-mata. Fenomena ini menyebabkan para ahli ekonomi Islam mengambil inisiatif untuk menghasilkan model gelagat pengguna yang berteraskan Islam. Justeru, kertas kerja ini akan membincangkan secara ringkas model gelagat pengguna Muslim menurut perspektif para sarjana ekonomi Islam. Antaranya model binaan Monzer Kahf, Fahim Khan, Shawqi Dunia, Bendjilali dan Bashir, Mohammed Afr, Assaduzzaman, Muhammad Anas Zarqa dan Abdul Hamid Abdul Latif Mahboob.

Kata kunci: Model gelagat, pengguna Muslim, teori gelagat pengguna, ekonomi Islam

PENGENALAN

Dalam perkembangan ilmu gelagat kepenggunaan, para ahli ekonomi Islam pada awalnya telah cuba untuk mengadaptasi teori ekonomi Barat untuk disesuaikan dalam pembinaan kerangka teori gelagat pengguna berteraskan Islam. Namun, tidak kesemuanya daripada teori-teori tersebut sesuai untuk menjelaskan konsep sebenar gelagat pengguna dari perspektif Islam. Antara teori dan model Barat yang agak dominan dalam bidang gelagat pengguna adalah seperti di dalam Jadual 1 dibawah.

Jadual 1: Sebahagian Teori atau Model yang Dijadikan Panduan dalam Bidang Gelagat Pengguna

Aspek kajian	Teori atau model yang digunakan
Gelagat Pemilihan Pengguna	Teori Pasca-Keynesian Teori Ekonomi Gelagat Teori Hirarki Keperluan

¹ Calon Ijazah Doktor Falsafah Jabatan Syariah & Ekonomi, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya

² Pensyarah kanan Jabatan Syariah & Ekonomi, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya

Keperluan , Nilai, Dan Sikap	Teori Personaliti Teori Kawalan Teori Ketidaksamaan Diri Gelagat Pro-Sosial <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> Dilema Tindakan Kolektif <i>Willingness to Pay</i> Teori Norma Kepercayaan Nilai
Pembelajaran	Keselarian kognitif Teori Imbangan Teori Keselarian Teori Ketidakssehaluan Kognitif Teori Ketidaksamaan Perhubungan
Pembelajaran Sosial	Teori Pertukaran Sosial Teori Ekonomi Gelagat Model Perspektif Gelagat
Gelagat Pembelian	Teori Pilihan Rasional Teori Tindakan Beralasan Teori Perlakuan Terancang Hirarki Kesan Teori Keputusan Inovasi
Pengkategorian Pengguna	Teori Ekonomi Gelagat Teori Sebaran
Ciri dan Pengkategorian Produk	Teori Sifat Teori Sebaran

Sumber: Faiers, Cook & Neame (2007)

Berdasarkan jadual di atas, walaupun teori-teori yang dikemukakan berada dalam pelbagai dimensi yang berlainan tetapi kesemuanya adalah berpaksikan kepada satu andaian yang sama. Hal ini jelas dalam teori ekonomi konvensional yang mengandaikan bahawa sumber-sumber ekonomi adalah terhad, manakala kehendak manusia pula bersifat tidak terbatas. Oleh kerana sifatnya adalah suatu andaian, ini bermakna ianya masih boleh dibahas dan dipertikaikan (Ahmad Azrin Adnan, 2010). Perkara ini turut diulas oleh Saiful Azhar Rosly (2005) yang menganggap Islam tidak sepenuhnya menolak andaian ini kerana kekurangan itu merupakan suatu kenyataan dalam kehidupan.

Walau bagaimanapun, jika dilihat dari aspek rezeki yang telah ditetapkan oleh Allah SWT kepada setiap manusia, andaian ini secara automatiknya tertolak kerana bagi Muhammad Syukri Salleh (2003), setiap manusia telah dijamin bahagian mereka masing-masing. Oleh yang demikian, tidak boleh dipersoalkan tentang pengagihan dan pemerolehan sumber alam kerana kesemuanya adalah ketentuan Allah SWT. Sekiranya masih ada lagi tanggapan bahawa terhadnya segala sumber di dunia ini, secara tidak langsung ia menonjolkan sifat berburuk sangka kepada Allah SWT.

Gelagat pengguna konvensional juga sering dikaitkan sebagai satu pembelajaran atau kajian tentang cara seseorang individu membuat keputusan untuk memanfaatkan segala sumber yang ada seperti masa, wang dan usaha untuk memperoleh item-item yang berkaitan dengan kepenggunaan (Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L., 2004). Selain itu, gelagat pengguna juga menggambarkan keputusan keseluruhan yang dilakukan oleh pengguna terhadap penggunaan barangan atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh pengeluar atau penjual pada bila-bila masa (Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J., 2001). Berdasarkan kepada setiap definisi yang diberikan mengenai konsep gelagat pengguna dari perspektif konvensional, kesemuanya jelas menunjukkan sesungguhnya ia adalah bersandarkan kepada andaian bahawa sumber alam adalah terhad bagi memenuhi kehendak manusia yang tidak terhad.

Oleh sebab itu, andaian yang berteraskan sistem ekonomi konvensional ini telah dikaji semula oleh para ahli ekonomi Islam untuk melihat kesesuaiannya. Bermula dari titik-tolak ini, pelbagai teori dan model gelagat pengguna Muslim telah dibina. Menurut Anas Zarqa (1998), terdapat sekurang-kurangnya lapan teori atau model yang agak dominan dalam kalangan ahli ekonomi Islam. Antaranya adalah teori atau model binaan Monzer Kahf, Fahim Khan, Shawqi Dunia, Bendjilali & Bashir, Mohammed Afr, Assaduzzaman, Muhammad Anas Zarqa dan Abdul Hamid Ab. Latif Mahboob. Namun begitu, tidak kurang juga kajian yang dilakukan dalam bidang ini oleh ahli-ahli ekonomi Islam yang lain seperti Muhammad Nejatullah Siddiqi, Syed Nawab Haider Naqvi dan Muhammad Abdul Mannan.

MODEL GELAGAT PENGGUNA MUSLIM MENURUT SARJANA EKONOMI ISLAM

1) Monzer Kahf

Dalam penjelasan mengenai gelagat pengguna Islam, Monzer Kahf (1992) telah mengemukakan beberapa teori penting yang perlu diberikan perhatian bagi memastikan matlamat ekonomi dalam Islam dapat dicapai. Dalam karya yang bertajuk "*The Theory of Consumption*", beliau telah menghuraikan konsep rasionalism dari perspektif Islam³. Ini bermula selepas ramai daripada kalangan para ahli ekonomi Islam pada ketika itu tidak bersetuju dengan konsep rasionalism yang dicadangkan oleh Max Weber (1958)⁴. Selain daripada itu, beliau juga telah mengemukakan fungsi utiliti dalam Islam yang dibahagikan kepada dua iaitu penggunaan masa kini dan penggunaan akhirat (Monzer Kahf, 1980).

Kahf (1980) berpendapat penggunaan akhir dalam Islam meliputi perbelanjaan terhadap barang dan perkhidmatan serta perbelanjaan untuk jalan

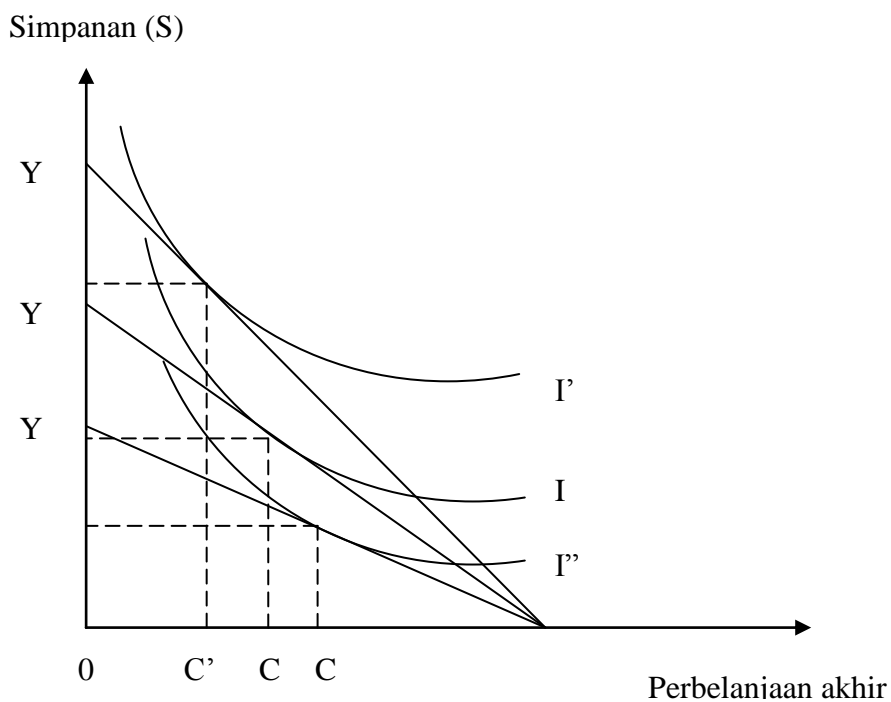
³ Monzer Kahf membahagikan elemen asas rasionalisme daripada perspektif Islam kepada lima bahagian iaitu;

a)Konsep kejayaan b)Skala masa gelagat pengguna c)Konsep kekayaan d)Konsep barangan e)Etika penggunaan

⁴ Konsep rasionalism yang dicadangkan oleh Max Weber merupakan konsep budaya semata-mata.

Allah SWT. Oleh sebab itu, analisis yang dilakukan oleh beliau tentang keputusan peruntukan pendapatan tidak memisahkan di antara perbelanjaan terhadap barang dan perkhidmatan dengan perbelanjaan untuk jalan Allah SWT malah disatukan sebagai perbelanjaan akhir. Dalam pada itu, beliau tidak memasukkan perbelanjaan pelaburan dan tabungan sebagai penggunaan akhir kerana keduanya akan meninggalkan kesan terhadap tingkat kekayaan pada masa hadapan. Hal ini telah dijelaskan oleh Kahf (1980) melalui gambarajah dan ditunjukkan oleh keluk puas sama seperti berikut:

Rajah 1: Peruntukan tabungan dan perbelanjaan akhir



Sumber : Monzer Kahf (1980)

Berdasarkan gambarajah di atas, bagi ekonomi yang tidak mengamalkan riba menunjukkan garis belanjawan garis lurus Y di mana mempunyai nilai mutlak 1. Apabila seseorang pengguna itu terlibat dengan aktiviti riba, maka garis belanjawan akan menjadi lebih cerun di Y' dan menyebabkan perbelanjaan akhir berkurang kepada C' . Akan tetapi sekiranya riba tidak dibenarkan dalam sesebuah ekonomi, maka pengguna tidak akan mendapat faedah bunga daripada simpanan mereka bahkan dikenakan zakat sebanyak 2.5 peratus daripada simpanan sebagai zakat tabungan. Oleh sebab itu, garis belanjawan pengguna menjadi lebih landai di Y'' dan membawa kepada pertambahan perbelanjaan akhir kepada C'' .

2) Fahim Khan

Bagi Mohammad Fahim Khan (1984) pula, dalam pembentukan gelagat pengguna Muslim terdapat dua elemen penting yang perlu diberi perhatian dalam perbelanjaan iaitu berbelanja bagi tujuan kebajikan diri sendiri dan keluarga (B_1) serta berbelanja bagi tujuan kebajikan masyarakat seluruhnya (B_2). Secara umumnya, perbelanjaan bagi keperluan B_1 lebih bersifat keperluan pengguna di mana tabungan serta pelaburan bagi penggunaan pada masa hadapan juga termasuk dalam komponen ini. Manakala komponen B_2 pula lebih cenderung kepada dasar kemanusiaan dan persaudaraan agama. Bagi penggunaan minimum B_2 , jumlah zakat adalah merupakan kewajipan yang perlu dikeluarkan oleh setiap individu. Selain itu, sumbangan seperti sedekah, derma, wakaf, dan wasiat juga termasuk di bawah komponen ini. Maka, berdasarkan teori ini, satu fungsi utiliti pengguna dibentuk:

$U = f(B_1, B_2)$, dan
 $Y = B_1 + B_2$, dengan $Y = \text{Pendapatan}$
maka utiliti sut bagi B_1 dan B_2 adalah seperti berikut;

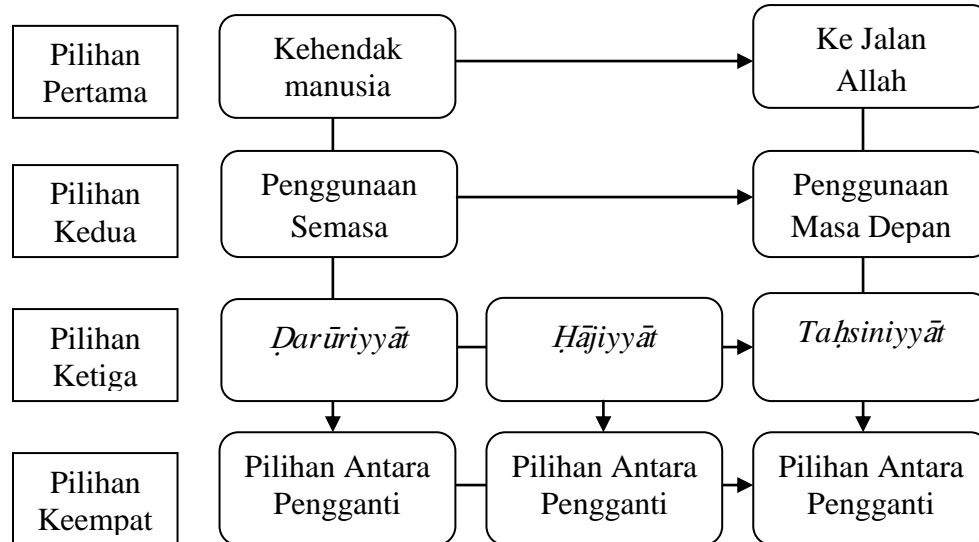
$$f_1 = \frac{\partial U}{\partial B_1} > 0$$
$$f_2 = \frac{\partial U}{\partial B_2} > 0$$

Walau bagaimanapun, Khan (1995) berpendapat konsep utiliti dalam ekonomi Islam lebih tepat untuk digantikan dengan konsep *maṣlaḥah* sebagai sasaran utama. Meskipun *maṣlaḥah* itu bersifat subjektif tetapi terdapat satu garis panduan umum tentang sifatnya. Ini berdasarkan lima unsur utama yang perlu diberi perhatian bagi memelihara kemaslahatan manusia dari sudut agama, akal, nyawa, keturunan dan harta. Menurut beliau lagi, berbanding konsep utiliti, konsep *maṣlaḥah* dalam ekonomi Islam mengandungi konsep berikut:

- 1) Walaupun *maṣlaḥah* bersifat subjektif, tetapi kriteria menentukan *maṣlaḥah* tidak dilepaskan kepada kehendak semata-mata malah telah ditentukan bagi setiap individu dan keputusan perlu dibuat berdasarkan kriteria tersebut.
- 2) Konsep utiliti sering menimbulkan kontroversi dalam hasrat mencapai antara kepuasan individu dan kepuasan sosial, manakala *maṣlaḥah* pula sentiasa selari dengan *maṣlaḥah* sosial. Ini disebabkan individu dan masyarakat perlu berusaha bagi memelihara kelima-lima unsur tersebut.
- 3) Konsep *maṣlaḥah* merangkumi kesemua aktiviti ekonomi dalam masyarakat. Oleh sebab itu, pengeluaran tidak tertumpu untuk memenuhi satu kelompok manusia sahaja tetapi perlu diagihkan mengikut urutan *maṣlaḥah* iaitu *ḍarūriyyah*, *ḥājiyyah* dan *tarafiyyah*.

Dalam pada itu, Fahim Khan (1992) juga telah membina suatu kerangka gelagat pengguna Islam sebagaimana dalam rajah di berikut :

Rajah 2 : Jenis-jenis Pilihan Pengguna dalam Memperuntukkan Sumber-sumber



Sumber : M. Fahim Khan (1992)

3) Shawqi Dunya

Penglibatan Shawqi Dunya (1984) pula dalam bidang gelagat pengguna Islam ini memberi impak yang sangat mendalam. Beliau telah mengkaji secara umum tentang penyelesaian masalah yang berhubung dengan gelagat pengguna di mana pada ketika itu terdapat dalam kalangan penulis yang tidak bersetuju dengan penggunaan keluk puas sama yang berfungsi untuk menilai gelagat pengguna Islam kerana bercanggah dengan *maqasid al-shari'ah*. Mereka berpendapat bahawa konsep utiliti bersifat tidak Islamik kerana bermatlamatkan pemaksimuman utiliti sahaja.

Walau bagaimanapun, dalam hujah yang pertama Shawqi Dunya menekankan serta menyokong bersandarkan kepada kajian-kajian lepas dalam bidang *Shari'ah* yang menunjukkan bahawa konsep utiliti merupakan konsep Islam sepenuhnya. Ini disebabkan sesuatu perkara itu tidak semestinya secara jelas disebutkan dalam sumber-sumber perundangan Islam tetapi bersifat lebih meluas selagi mana tidak ada unsur-unsur yang becanggah dengan Islam padanya. Oleh sebab itu, beliau mengiktiraf konsep utiliti sebagai sebahagian daripada konsep Islam⁵. Dalam hujah seterusnya, beliau berpendapat bahawa penentangan terhadap penggunaan keluk puas sama ini adalah tidak berasas. Ini disebabkan tidak ada sebab yang munasabah untuk menafikan konsep tersebut.

⁵ Kajian yang dilakukan oleh Shawqī Duniyā ini tidak dijelaskan dalam bentuk analisis fungsi utiliti serta analisis fungsi permintaan yang lebih mendalam. Hal ini dijelaskan oleh Anas Zarqa dalam pemerhatian beliau terhadap kajian ini. Walau bagaimanapun, kajian ini meliputi nilai yang perlu diberi perhatian oleh pengguna dalam memperuntukkan perbelanjaan diri, simpanan dan perbelanjaan di jalan Allah. Lihat Muhammad Anas Zarqa, "Consumer Behavior," 1:374.

4) Bendjilali & Bashir

Kajian yang dilakukan oleh Bendjilali dan Bashir (1989) pula merupakan satu langkah ke arah penubuhan analisis yang lebih sistematik dalam penelitian terhadap tingkah laku pengguna Muslim. Pertama, kajian ini memberi tumpuan terhadap pembahagian keutamaan pengguna Muslim yang dibahagikan kepada tiga kumpulan iaitu permintaan terhadap barang keperluan (*darūriyyāt*), permintaan terhadap barang keselesaan (*iḥtiyā'iyyāt*) dan utiliti yang terbit daripada barang kemewahan (*kamāliyyāt*). Pembahagian ini secara asasnya berpandukan kepada pendapat ulama-ulama Islam.

Kedua, kajian ini memberi fokus terhadap dua prinsip utama dalam mengenalpasti hubungan antara permintaan yang lebih utama bagi pengguna Muslim dengan barangan serta perkhidmatan. Dalam prinsip yang pertama, keutamaan yang perlu dipilih oleh setiap pengguna Muslim mestilah melalui tiga peringkat yang dimulakan dengan pemilihan barang keperluan, seterusnya barang keselesaan dan yang terakhir adalah barangan mewah. Bagi prinsip kedua yang juga dikenalpasti sebagai prinsip yang lemah, pengguna Muslim dibenarkan untuk memilih barangan dalam dua kaedah. Pertama, pengguna boleh memilih barangan keperluan, kemudian memilih di antara barangan keselesaan dan barangan mewah.

Berdasarkan kedua-dua prinsip ini, mereka telah mengenalpasti secara jelas perbezaan di antara fungsi utiliti Muslim dengan fungsi utiliti yang biasa digunakan dalam ekonomi konvensional. Di akhir kajian ini juga, Bendjilali dan Bashir telah memperkenalkan satu dimensi baru dalam fungsi utiliti dengan membentuk pembolehubah baru yang dipanggil *thawab*. Ia dibina ke dalam fungsi utiliti pengguna Muslim, dan seterusnya membezakan di antara konsep utiliti Islam dan konvensional.

Dalam kajian lain yang dilakukan oleh Bendjilali (1993), satu kerangka model matematik tentang agen ekonomi Muslim telah dibentuk. Model yang dibina ini bertujuan untuk mengenalpasti hubungan di antara dua komponen yang utama iaitu fungsi utiliti dan fungsi *al-falāh* berdasarkan tahap keimanan. Beliau juga telah meneroka bagaimana tahap keimanan dapat memberi kesan kepada hubungan di antara fungsi utiliti dan fungsi *al-falāh*. Hasil kajian mendapati bahawa *al-falāh* mempunyai hubungan dengan utiliti melalui tahap keimanan. Ini dibuktikan dalam hasil kajian yang menunjukkan bahawa tahap keimanan yang tinggi merupakan asas kepada hubungan yang hampir di antara fungsi utiliti dan fungsi *al-falāh*.

5) Mohammed Afr

Bagi Mohammed Afr dalam kajian tentang gelagat pengguna, beliau berpendapat bahawa pengguna pada asasnya akan membahagikan pendapatan mereka kepada beberapa bahagian iaitu pada jalan Allah, untuk barang keperluan, barang keselesaan dan barang mewah. Kajian beliau melihat kepada peratusan yang diperuntukkan oleh pengguna dalam mengagihkan pendapatan mereka kepada

kategori-kategori tersebut.⁶ Hal ini bagi meneliti bagaimana pengguna secara rasional akan memperuntukkan perbelanjaan mereka terhadap kategori tersebut dan seterusnya bagaimana pengguna dapat memperuntukkan perbelanjaan setelah mengambil kira suruhan agama dalam bidang gelagat pengguna.

Teori mikroekonomi kontemporari secara umumnya lebih menjurus kepada penjelasan tentang semua fenomena hasil tindakan individu yang mementingkan diri untuk memaksimumkan matlamat mereka. Justeru, sekiranya dilihat kepada kesesuaiannya untuk diadaptasikan semestinya ekonomi Islam semestinya akan ditolak. Maka, oleh sebab itu Assaduzzaman (1992) melihat kepada perlunya untuk dibina suatu teori mikro yang dapat menjelaskan gelagat pengguna dari perspektif Islam. Justeru, proses pembinaan teori ekonomi ini mestilah digabungkan dengan nilai-nilai keadilan. Ini adalah kerana meletakkan nilai-nilai keadilan sebagai asas pembinaan teori ekonomi adalah bertepatan dengan tuntutan agama.

6) Assaduzzaman

Dalam kajian ini juga, Assaduzzaman (1992) telah menghuraikan beberapa perkara penting yang perlu dimasukkan dan diambil perhatian dalam proses pembinaan teori gelagat pengguna dari perspektif Islam. Pertama, ahli ekonomi Islam mestilah memasukkan elemen tidak mementingkan diri (*altruism*) ke dalam model yang akan dibina oleh mereka. Elemen ini sangat penting dalam menjaga dan memelihara kebajikan sosial. Perkara kedua pula adalah berkenaan dengan isu kepuasan. Teori konvensional mengandaikan bahawa kehendak pengguna adalah tidak terbatas. Menurut Assaduzzaman, teori ini boleh diaplikasikan dalam ekonomi Islam tetapi mestilah dibataskan dengan andaian bahawa pengguna juga dapat meningkatkan kepuasan dengan bertindak untuk tidak berbelanja demi kepentingan diri sahaja tetapi untuk kebajikan masyarakat. Ketiga, perkara penting yang perlu ditekankan dalam sesebuah model mikroekonomi yang berasaskan Islam adalah kemiskinan. Ini disebabkan Islam sangat menekankan tentang kebajikan orang miskin dan sangat penting untuk memasukkan analisis kemiskinan dalam asas dalam pembinaan teori tersebut.

Berdasarkan ketiga-tiga prinsip asas yang perlu ada dalam pembinaan teori gelagat pengguna Islam ini, Assaduzzaman telah mengaplikasikannya terhadap empat model ekonomi konvensional yang paling utama iaitu fungsi leksikografi (*lexicographic*), fungsi monotonik lemah (*weakly monotonic*), fungsi kepuasan terhadap keperluan asas (*satiation of basic needs*), dan fungsi eksternaliti dalam utiliti pertengahan (*externalities in secondary utility*). Beliau juga menyentuh bahawa fungsi utiliti leksikografi⁷ boleh menyebabkan banyak

⁶ Walau bagaimanapun, Anas Zarqa dalam artikel beliau mengkritik kajian yang dilakukan oleh Muhammad Afr ini kerana tidak menumpukan kepada persoalan yang lebih utama iaitu bagaimana untuk menentukan peratusan bagi setiap pembahagian yang dibuat daripada keseluruhan pendapatan pengguna. Lihat Muhammad Anas Zarqa, "*Consumer Behavior*," 1:375.

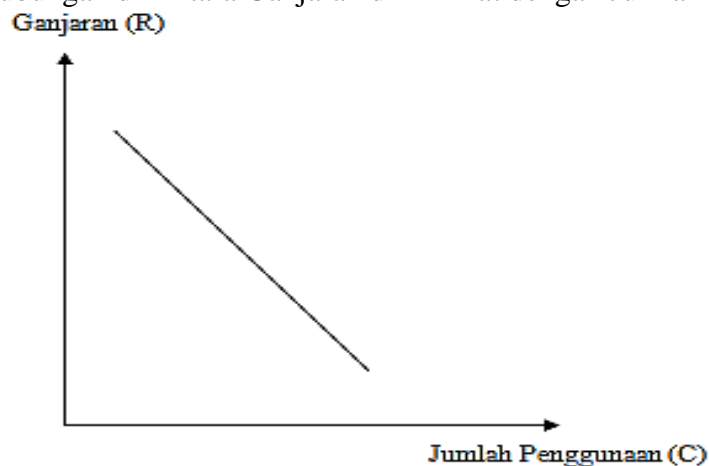
⁷ Fungsi utiliti leksikografi merupakan keadaan di mana pengguna bermula dengan konsep keperluan, iaitu keperluan asas yang perlu dipenuhi dan tidak boleh dijual beli dengan barang atau perkhidmatan yang lain. Lihat Muhammad Anas Zarqa, "*Consumer Behavior*," 375.

analisis utiliti yang dibentangkan secara konvensional menjadi tidak sah. Oleh sebab itu, beliau mencadangkan supaya penelitian tentang perkara tersebut dilakukan secara berasingan melalui satu keluk khusus.⁸

7) Muhammad Anas Zarqa

Dalam menjelaskan tentang kepuasan seseorang individu, salah satu daripada aspek yang diambil kira adalah jumlah barang serta perkhidmatan yang digunakan. Demikian adalah konsep yang pasti dipersetujui sama ada dari sudut pandangan ekonomi Islam atau ekonomi neo-klasik (Muhammad Anas Zarqa, 1992). Walau bagaimanapun, terdapat beberapa pendekatan lain yang berbeza di antara ekonomi Islam dan konvensional ini yang perlu diberi perhatian terutamanya dalam gelagat ekonomi. Justeru itu, Anas Zarqa (1992) telah membina satu model khas tentang gelagat pengguna Islam yang dapat menjelaskan secara komprehensif bukan hanya dari aspek material semata-mata, tetapi mengambil kira hubungannya dengan konsep pembalasan pada hari akhirat.

Rajah 3: Hubungan di Antara Ganjaran di Akhirat dengan Jumlah Penggunaan

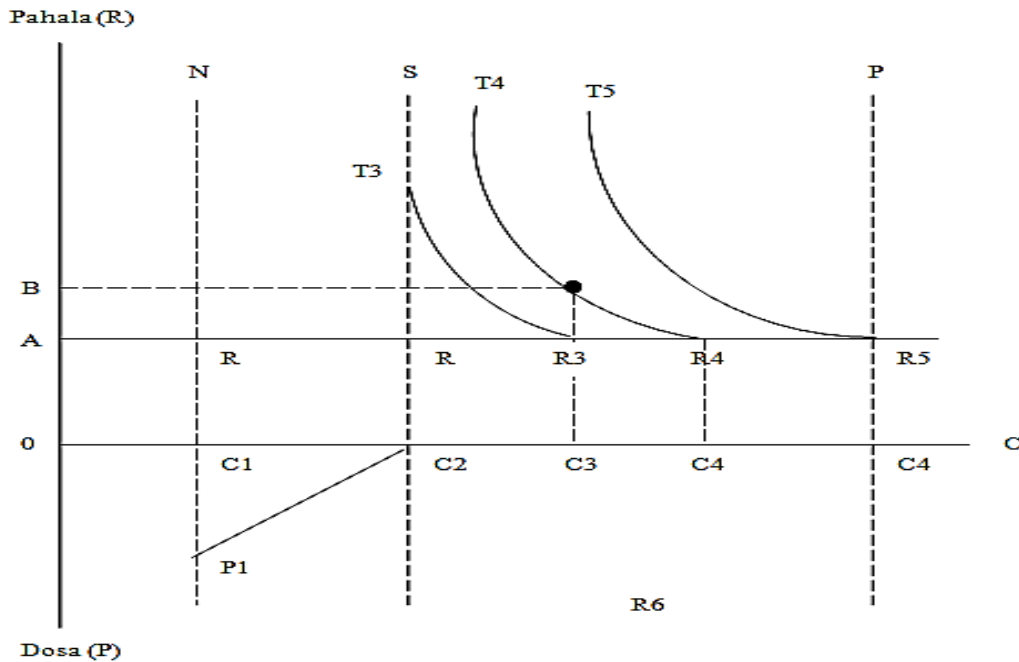


Sumber: Muhammad Anas al-Zarqa (1992)

Menurut beliau lagi, matlamat penggunaan dalam ekonomi Islam adalah untuk mencapai pahala yang maksimum. Ini akan dapat dicapai berdasarkan beberapa syarat. Pertama, penggunaan mestilah disertai dengan niat kerana Allah SWT dan sekiranya tiada, maka penggunaan tersebut hanya sia-sia. Kedua, penggunaan tersebut mestilah dilakukan melalui susunan keutamaan dan keperluan barangan iaitu bermula dengan *darūriyyah*, *ḥājīyyah* dan *taḥsīniyyah*. Ketiga, penggunaan itu mestilah seimbang dan tidak berlebihan kerana pembaziran akan membawa kepada keburukan. Berdasarkan syarat-syarat ini, satu model penggunaan Islam dihasilkan sebagaimana dalam rajah 4;

⁸ Kajian ini dikritik oleh Anas Zarqa kerana Assaduzzaman tidak menyatakan secara jelas bahawa fungsi utiliti leksikografi lebih mewakili kaedah Islam dalam penggunaan berbanding penyelesaian biasa.

Rajah 4: Model Penggunaan Muslim



Sumber : Muhammad Anas al-Zarqa (1992)

Berdasarkan rajah di atas, paksi menegak OR menunjukkan tingkat pahala daripada aktiviti penggunaan. Manakala satu lagi paksi menegak OP pula menjelaskan tentang tingkat dosa daripada aktiviti penggunaan. Bagi paksi mendatar OC pula menunjukkan tingkat-tingkat penggunaan pengguna. Garis menegak N, S dan P masing-masing merupakan sempadan permulaan barangan keperluan (*necessities*), barangan keselesaan (*sufficiency*) dan pembaziran (*prodigality*). Secara umumnya, penggunaan dari C1 hingga C2 merupakan jumlah penggunaan bagi barangan keperluan. Bagi tingkat penggunaan dari C2 hingga C3 merupakan barangan keselesaan manakala penggunaan melebihi C3 merupakan suatu pembaziran.

Bagi penggunaan yang tidak disertai dengan niat kerana Allah, pengguna tidak akan menerima sebarang pahala sepertimana yang ditunjukkan pada paksi mendatar OC iaitu C1, C2 dan C3. Walau bagaimanapun sekiranya sesuatu penggunaan itu disertai dengan niat, maka pengguna akan beroleh pahala iaitu di R1, R2, R3, R4 dan R5. Bagi penggunaan dari C1 sehingga C2, keseluruhan daripada pendapatan akan digunakan untuk perbelanjaan ini bagi memenuhi keperluan asas pengguna. Tetapi, sekiranya seseorang individu itu malas, bakhil atau sengaja menjauhkan diri daripada memenuhi keperluan asas tersebut meskipun berkemampuan, maka perbuatan tersebut adalah berdosa sepertimana yang ditunjukkan oleh garis lurus C2P1.

Bagi keluk permintaan T3R3, T4R4 dan T5R5 pula, perbezaan di antara ketiga-tiga keluk ini adalah berdasarkan tingkat pendapatan seseorang pengguna.

Pengguna mempunyai pilihan untuk mengurangkan penggunaan dan menambahkan amalan kebajikan untuk memperolehi pahala yang lebih besar. Sebagai contoh pada keluk T4R4, pengguna akan menerima pahala sebanyak OA sekiranya tingkat penggunaan berada pada C4. Tetapi sekiranya individu tersebut mengurangkan penggunaan kepada C3, di mana lebih pendapatan dibelanjakan ke jalan Allah, maka pahala yang diperoleh adalah lebih tinggi iaitu sebanyak OB.

8) ‘Abd al-Ḥamīd ‘Abd al-Laṭīf Mahbūb

Tidak kurang juga kritikan yang dilakukan oleh seorang lagi ahli ekonomi Islam dalam bidang ini iaitu ‘Abd al-Ḥamīd ‘Abd al-Laṭīf Mahbūb (1991). Dalam artikel beliau yang bertajuk “*Naḥwu Nazariyyah fī Sulūk al-Mustahlik al-Muslim wa al-Rufāhiyyah al-Iqtiṣādiyyah*”, satu model gelagat pengguna Muslim telah dibentuk bagi menggantikan kelemahan teori neo-klasik yang bersifat mementingkan diri semata-mata. Dalam kajian ini, beliau berpendapat seseorang pengguna itu akan membuat beberapa pembahagian dalam penggunaan bagi mencapai tahap keseimbangan pengguna. Pertama, perbelanjaan pengguna untuk penggunaan diri sendiri dan keluarga (E-1). Kedua, perbelanjaan pengguna pada jalan Allah atau untuk kebajikan orang lain yang dilabel sebagai E-2.

Menurut ‘Abd al-Ḥamīd ‘Abd al-Laṭīf Mahbūb (1991) lagi, seseorang pengguna Muslim akan memaksimumkan utiliti mereka bukan hanya pada perbelanjaan diri sendiri dan keluarga sahaja tetapi juga bergantung kepada tahap keimanan daripada amalan membelanjakan harta pada jalan Allah. Walau bagaimanapun, elemen zakat tidak termasuk di dalam komponen E-2 kerana ia merupakan kewajipan yang mesti dilaksanakan oleh setiap Muslim. Ini bermaksud hanya perkara kebaikan secara sukarela sahaja termasuk dalam elemen E-2 seperti sedekah, hadiah, hibah dan sebagainya.

Dengan cara ini pengguna akan dapat meningkatkan utiliti mereka apabila berubah daripada situasi memperuntukkan pendapatan keseluruhannya untuk diri sendiri sahaja kepada situasi mengagihkan sebahagian pendapatan untuk diri sendiri, keluarga dan orang miskin. Namun begitu, ini tidak bermakna bahawa pengguna tidak mempunyai perasaan simpati kepada orang miskin sekiranya tidak memperuntukkan pendapatan mereka untuk golongan tersebut kerana pendapatan yang dimiliki sekadar mencukupi untuk perbelanjaan diri mereka dan sekiranya mempunyai lebih selepas itu hasil perubahan kehidupan yang lebih baik, mereka akan memperuntukkannya. Bermula dari titik tolak ini, ‘Abd al-Ḥamīd ‘Abd al-Laṭīf Mahbūb berpendapat bahawa adalah sangat wajar untuk membina keluk puas sama bagi menjelaskan situasi tersebut.

9) Muhammad Nejatullah Siddiqi

Muhammad Nejatullah Siddiqi (1992) dalam pandangannya menyatakan bahawa adalah tidak salah untuk menggunakan istilah-istilah dalam ekonomi konvensional untuk diaplikasikan dalam sistem ekonomi Islam. Walau bagaimanapun, setiap individu perlu berhati-hati dalam proses pengaplikasian

tersebut supaya matlamat berekonomi yang ditetapkan oleh Islam dapat dicapai. Oleh sebab itu, dalam proses pembelajaran tentang ekonomi dari perspektif Islam ini, para pengkaji boleh menggunakan pelbagai alat analisis yang dibangunkan oleh para ahli ekonomi moden tetapi perlu ditetapkan batasan terutamanya dalam andaian yang berkaitan dengan gelagat ekonomi.

Dalam perbincangan mengenai gelagat pengguna Islam, Siddiqi (1979) telah merumuskan beberapa perkara penting yang perlu diambil perhatian dalam sistem ekonomi Islam. Pertama, permintaan terhadap minuman beralkohol dan barang serta perkhidmatan lain yang dilarang mestilah menjadi sifar. Kedua, kecenderungan terhadap barangan mewah mestilah dikurangkan dalam kehidupan masyarakat kontemporari dan sesetengah daripada barang mewah tersebut perlu dihapuskan daripada permintaan. Ketiga, permintaan terhadap barang keperluan dan sebahagian barang keselesaan mestilah dipertingkatkan bagi mencapai kesaksamaan pengagihan kekayaan dan pendapatan. Keempat, keperluan sosial seperti pertahanan dan pelajaran akan dapat mengurangkan permintaan terhadap barang mewah dan meningkatkan permintaan terhadap barang dan perkhidmatan yang berkaitan dengan keperluan sosial.

Teori ekonomi neo-klasik yang diperkenalkan dalam ekonomi konvensional secara umumnya tidak memasukkan kesan faktor etika dalam proses membuat keputusan oleh pengguna.⁹ Oleh sebab itu, gelagat mementingkan diri adalah sangat penting dalam teori ekonomi ini dan dikatakan mempunyai hubungan yang rapat dengan gelagat rasional sehingga setiap aktiviti yang tidak memaksimumkan kepentingan diri dianggap sebagai tidak rasional. Secara tidak langsung, amalan ini menjadi kebiasaan sehingga mempengaruhi teori gelagat pengguna dalam ekonomi Islam. Permasalahan ini akan dapat diatasi dengan membangunkan model gelagat pengguna yang benar-benar berteraskan Islam dengan berpandukan kepada beberapa prinsip asas yang perlu ditekankan dalam proses tersebut.

10) Syed Nawab Haider Naqvi

Justeru, Syed Nawab Haider Naqvi (1994) telah membincangkan perkara ini dan menetapkan enam prinsip asas yang perlu diberi perhatian. Pertama, fungsi utiliti pengguna mestilah tertakluk kepada dua sekatan iaitu sekatan yang munasabah dan sekatan yang dibenarkan. Kedua, dalam ruang komoditi yang muncul daripada sekatan tambahan ini, penggunaan komoditi sebenar yang dihasilkan tidak boleh mencapai kepada tahap ketidakpuasan (*insatiable*). Ketiga, dengan memberikan nilai positif kepada pertimbangan etika akan mengubah perwatakan keseimbangan yang lebih kompetitif.

⁹ Perkara ini juga telah dibincangkan oleh beberapa ahli ekonomi Islam seperti ; Syed Nawab Haider Naqvi, *Individual Freedom, Social Welfare and Islamic Economics Order* (Islamabad : Pakistan Institute of Development Economics, 1981) ; Nazeer, *The Islamic Economics System : A Few Highlights*. (Islamabad : Pakistan Institute of Development Economics, 1982) ; Sayyed Vali Raza Nasr, "Towards a Philosophy of Islamic Economics," *The Muslim World* LXXVII, no. 3-4 (July-October 1987), 175-196.

Keempat, disebabkan oleh sekatan etika dikenakan ke atas gelagat pemaksimuman utiliti, andaian yang biasa digunakan dalam teori neo-klasik tentang kebebasan gelagat penggunaan dan pengeluaran juga tidak akan dikekalkan dalam pembinaan semula teori gelagat pengguna. Kelima, adalah menjadi masalah sekiranya mengambilkira unsur pemaksimuman kepentingan diri sebagai indikator tunggal untuk menilai kerasionalan. Ini disebabkan setiap individu secara semulajadi akan bertindak secara rasional lebih komited terhadap sesetengah matlamat terutamanya yang berkaitan dengan penambahbaikan kebajikan golongan miskin. Keenam, keutamaan untuk bertindak memberi bantuan kepada golongan yang kurang berkemampuan dalam masyarakat akan menimbulkan masalah yang sukar dalam teori gelagat pengguna neo-klasik. Tetapi, dalam model ekonomi Islam, keutamaan sosial menjadi tunjang utama dalam yang perlu diserapkan oleh setiap individu.

11) Muhammad Abdul Mannan

Muhammad Abdul Mannan (1983) pula berpendapat perbincangan mengenai gelagat pengguna selalu ditafsirkan dalam pandangan yang agak sempit dan statik dengan menyatakan bahawa gelagat pengguna dalam masyarakat Islam dipandu ketat oleh pelbagai bentuk larangan sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Islam seperti larangan minum arak, memakai sutera dan cincin emas bagi lelaki. Hal ini adalah bertujuan untuk membentuk manusia menjadi Muslim yang berdisiplin, bersatu padu dan mempunyai rohani yang kuat. Namun demikian, beliau lebih cenderung untuk melihat gelagat pengguna dari perspektif yang lebih luas.

Oleh sebab itu, beliau berpandangan kunci ke arah memahami gelagat pengguna bukan terletak pada barangan yang dilarang, tetapi terletak pada konsep kesederhanaan dalam penggunaan yang dipandu oleh gelagat pengguna Muslim yang mementingkan kebajikan orang lain. Menurut beliau lagi, perkara yang paling penting untuk ditentukan adalah sama ada tingkat penggunaan masyarakat masa kini berada pada paras di bawah atau melebihi tingkat kesederhanaan. Umumnya, penggunaan merupakan satu konsep yang positif dalam Islam. Pelbagai sekatan dan larangan sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran dan As-Sunnah pula adalah sebagai usaha memperbaiki kualiti gelagat pengguna di samping bagi mengelakkan berlakunya pembaziran.

KESIMPULAN

Berdasarkan perbincangan di atas, dapat disimpulkan bahawa konsep gelagat kepenggunaan ini mesti diberi perhatian yang serius supaya setiap tingkah laku manusia tidak terjerumus kepada perkara-perkara yang dilarang dalam Islam. Oleh sebab itu, para sarjana ekonomi Islam telah membincangkan beberapa teori atau model yang dapat dijadikan sebagai panduan serta landasan bagi memandu tingkah laku manusia secara umumnya. Berdasarkan panduan ini, jelaslah dalam Islam konsep mencari kepuasan diri perlu dibatasi dengan adab-adab tertentu yang digariskan dalam syariat Islam. Ini selari dengan matlamat manusia dalam berekonomi iaitu mencapai kejayaan di dunia dan akhirat.

RUJUKAN

- ‘Abd al-Ḥamīd ‘Abd al-Laṭīf Maḥbūb. (1991). Naḥwu Naẓariyyah fī Sulūk al-Mustahlik al-Muslim wa al-Rufāhiyyah al-Iqtiṣādiyyah. *Majallah Buhūth al-Iqtiṣād al-Islāmī* 8(6), 1.
- Ahmad Azrin Adnan. (2010). Penentu Pemilihan Institusi Perbankan Islam dalam Kalangan Muslim di Terengganu. Tesis Kedoktoran. Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam, Universiti Sains Malaysia.
- Assaduzzaman. (1992). Towards Foundations fo an Islamic Theory of Consumer Behaviour. In Sayyid Tahir, Aidit Ghazali & Syed Omar Syed Agil (Eds.). *Readings in Macroeconomics : An Islamic Perspectives*. (pp. 81). Petaling Jaya : Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- Boualem Bendjilali. (1993). On Muslim Consumer Behaviour : A Mathematical Set-up. *Journal of Islamic Economics*, 3(1), 1-16.
- Boulem Bendjilali & Bashir, F. (1989). Towards a Theory of Islamic Consumer Behavior. *Journal of Social Sciences*, 17(1), 43-67.
- Faiers, A., Cook, M. & Neame, C. (2007). Towards a Contemporary Approach for Understanding Consumer Behavior in the Context of Domestic Energy Use. *Journal of Eneergy Policy* 35, 4381-4390.
- Hoyer, W. D. & Maclnnis, D. J. (2001). *Consumer Behavior*, ed. ke-2. New York : Houghton Mifflin.
- Max Weber. (1958). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York : Charles Scribners’ Son.
- Mohammad Fahim Khan. (1984). Macro Consumption Function in Islamic Framework. *Journal of Research in Islamic Economics* 1(2), 3-25.
- _____. (1992). Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective. In Sayyid Tahir, Aidit Ghazali & Syed Omar Syed Agil (Eds.). *Readings in Macroeconomics : An Islamic Perspectives*. (pp. 77). Petaling Jaya : Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- _____. (1995). *Essays in Islamic Economics*. UK : The Islamic Foundation.
- Monzer Kahf. (1992). The Theory of Consumption. In Sayyid Tahir, Aidit Ghazali & Syed Omar Syed Agil (Eds.). *Readings in Macroeconomics : An Islamic Perspectives*. (pp. 62). Petaling Jaya : Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- Muhammad Abdul Mannan. (1983). *Islamic Economics : Theory and Practice*. Lahore : Sh. Muhammad Ashraf Publisher.
- Muhammad Anas al-Zarqa. (1992). A Partial Relationship in a Muslim’s Utility Function. In Sayyid Tahir, Aidit Ghazali & Syed Omar Syed Agil (Eds.). *Readings in Macroeconomics : An Islamic Perspectives*. Petaling Jaya : Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- _____. (1998). Consumer Behavior in an Islamic Economy. In Monzer Kahf (ed.). *Lessons in Islamic Economics*. (pp. 371-379). Islamic Development Bank: Islamic Research and Training Institute.

- Muhammad Nejatullah Siddiqi. (1992). Some Notes on Teaching Economics in an Islamic Framework. In Sayyid Tahir, Aidit Ghazali & Syed Omar Syed Agil (Eds.). *Readings in Macroeconomics : An Islamic Perspectives*. Petaling Jaya : Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- _____. (1979). *The Economic Enterprise in Islam*. Lahore : Islamic Publications Ltd.
- Muhammad Syukri Salleh. (2003). *7 Prinsip Pembangunan Berteraskan Islam*. Kuala Lumpur : Zebra Editions Sdn. Bhd. dan Pulau Pinang : Projek Pengurusan Pembangunan Islam, Pusat Pengajian Sains Kemasyarakatan, Universiti Sains Malaysia.
- Nazeer. (1982). *The Islamic Economics System : A Few Highlights*. Islamabad : Pakistan Institute of Development Economics.
- Sayyed Vali Raza Nasr. (1987). Towards a Philosophy of Islamic Economics. *The Muslim World*, LXXVII (3-4) 175-196.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*, ed. ke-8. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Shawqī Ahmad Dunyā. (1984). *al-Nazariyyah al-Iqtisādiyyah min Manẓūr al-Islāmī*. Riyadh: Maktabah al-Khārijī.
- Syed Nawab Haider Naqvi. (1981). *Individual Freedom, Social Welfare and Islamic Economics Order*. Islamabad : Pakistan Institute of Development Economics.
- _____. (1994). *Islam, Economics and Society*. New York : Kegan Paul International Ltd.