



FILSAFAT EKONOMI ISLAM



PENULIS:

Khurun'in Zahro', Khairul Rijal, Maulina Ulfanur,
Rahmat Mulyana, Fauzia Ulirrahmi, Zaenab Mahmudah, Yuana Tri Utomo,
Haq Muhammad Hamka Habibie, Rahmat Kurnia, Julina, Syaeful Bakhri, Ana M. Maghfroh,
Ramadhan Razali, Lutfi Djoko Djumeno & Fahrul Fauzi.

EDITOR:

Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.
Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.

FILSAFAT EKONOMI ISLAM

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta Pasal 1

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan pidana Pasal 113

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

FILSAFAT EKONOMI ISLAM

Penulis:

Khurun'in Zahro', Khairul Rijal, Maulina Ulfanur,
Rahmat Mulyana, Fauzia Ulirrahmi, Zaenab Mahmudah,
Yuana Tri Utomo, Haq Muhammad Hamka Habibie,
Rahmat Kurnia, Julina, Syaeful Bakhri, Ana M. Maghfiroh,
Ramadhan Razali, Lutfi Djoko Djumeno & Fahrul Fauzi.

Editor:

Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.
Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.



FILSAFAT EKONOMI ISLAM

Penulis:

Khurun'in Zahro', Khairul Rijal, Maulina Ulfanur,
Rahmat Mulyana, Fauzia Ulirrahmi, Zaenab Mahmudah,
Yuana Tri Utomo, Haq Muhammad Hamka Habibie,
Rahmat Kurnia, Julina, Syaeful Bakhri, Ana M. Maghfiroh,
Ramadhan Razali, Lutfi Djoko Djumeno & Fahrul Fauzi.

Editor:

Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.
Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.

ISBN:

978-623-09-2125-4

Desain Cover:

Zul Badri

Cetakan Pertama:

Pebruari 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini
tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PENERBIT:

AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY

Anggota IKAPI No. 075/SUT/2023

Jl. HM. Harun No. 8, Percut, Deli Serdang – Sumatera Utara 20371

Email: zahramedia.society@gmail.com

<http://azzahramedia.com>

Kata Pengantar

Hamdan wa syukran Lillah, sholatan wa salaman 'ala Rasulillah.

Segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan berbagai nikmatnya kepada kita semua, terutama kepada tim inisiator, para penulis, tim editor serta berbagai pihak yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga buku ini dapat terselesaikan dan diterbitkan. Shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Saw. semoga kita semua mendapatkan syafaatnya, *aamiin ya Rabbal 'alamin.*

Dalam memahami filsafat ekonomi Islam, terdapat tiga konsep dasar yang mesti kita pahami, yakni filsafat Tuhan, manusia (*kosmis*) dan alam (*kosmos*). Kunci filsafat ekonomi Islam terletak pada manusia dengan Tuhan, manusia dengan alam dan manusia dengan manusia lainnya. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa filsafat ekonomi Islam merupakan suatu proses pencarian hakikat penerapan syariat dalam aktivitas ekonomi melalui perantara ilmu dan akal. Tentu ilmu di sini adalah kaidah-kaidah *ushul* dan tuntunan praktek yang terdapat di dalam Alqurna dan Sunnah.

Filsafat ilmu sangat memainkan peranan yang sangat penting terhadap ilmu ekonomi Islam, antara lain sebagai sarana pengujian penalaran ilmiah, sarana merefleksi, menguji, mengkritik asumsi dan metode keilmuan, serta sebagai sarana memberikan dasar logis terhadap metode keilmuan.

Buku ini sangat layak untuk Anda nikmati, karena memiliki kajian yang sangat lengkap tentang filsafat ekonomi Islam. Terdapat 14 kajian dalam buku ini yang ditulis oleh 14 orang pakar di bidangnya yang berasal dari 13 Perguruan

Tinggi di Indonesia. Selain itu, buku ini disusun secara sistematis dan disusun dengan bahasa yang mudah dipahami guna memahami pembaca dalam memahami peranan filsafat ilmu dalam ekonomi Islam. Semoga buku ini menjadi sebuah khazanah keilmuan dan memberikan keberkahan bagi kita semua.

Deli Serdang, 13 Pebruari 2023 M
22 Rajab 1444 H

H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
Direktur Penerbit Az-Zahra Media Society

Kata Pengantar Editor

Alhamdulillah 'ala kulli haal,

Segala kepunyaan hanya milik Allah Swt. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat. *Allahumma sholli 'ala Sayyidina Muhammad wa 'ala ali Sayyidina Muhammad.*

Filsafat ekonomi merupakan prinsip dasar dari sebuah sistem ekonomi yang akan dirancang dan dibangun. Berdasarkan filsafat ekonomi ini dapat diderivasikan berbagai misi dan tujuan ekonomi yang akan dicapai seperti prinsip ekonomi, tujuan konsumsi, produksi, distribusi, pembangunan ekonomi, kebijakan moneter, kebijakan fiskal, dan lainnya.

Islam merupakan agama yang universal dan komperhensif. Universal bermakna bahwa Islam diperuntukkan bagi seluruh umat manusia di muka bumi dan dapat diterapkan dalam setiap ruang dan waktu sampai akhir zaman. Komprehensif berarti bahwa Islam mempunyai ajaran yang lengkap dan sempurna (*kaffah*). Kesempurnaan ajaran Islam dikarenakan Islam mengatur seluruh sendi kehidupan manusia, tidak saja aspek ibadah ritual semata, tetapi juga aspek muamalah yang meliputi sosial, politik, budaya, hukum, ekonomi, dan sebagainya.

Ketika memaknai/mengkaji Ekonomi Islam, maka akan muncul tiga interpretasi, yakni ilmu ekonomi Islam, sistem ekonomi Islam, dan perekonomian umat Islam. Ekonomi Islam sebagai sebuah ilmu, maka diperlukan pemahaman tentang filsafat ilmu. Pemahaman tentang Filsafat Ilmu ini dalam rangka mengkaji filsafat ekonomi Islam. Dengan kata lain, filsafat ekonomi Islam inilah yang

sesungguhnya akan menghasilkan ekonomi Islam sebagai sebuah sistem.

Kami berbesar hati dapat diberikan kesempatan untuk menyunting buku ini. Membaca buku ini akan sangat menambah wawasan keilmuan yang mendalam tentang filsafat ekonomi Islam dan tentunya akan menyadarkan kita sebagai hamba yang lemah dari pemilik jiwa yang Maha Kuat, Allah Swt. Semoga buku ini dapat menjadi sumbangsih penulis dalam memperkokoh kecintaan umat pada syariat Islam dan membawa keberkahan bagi kita semua.

Lhokseumawe, 13 Pebruari 2023
Editor,

Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.
Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
KATA PENGANTAR EDITOR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ISLAMIC WORLDVIEW DAN EKONOMI ISLAM	1
<i>Khurun'in Zahro', S.H., M.H.</i> <i>(Fakultas Syariah – Universitas Darussalam Gontor)</i>	
KONSEP AL DIN DAN EKONOMI ISLAM	16
<i>Khairul Rijal, S.E., M.Ag.</i> <i>(Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Muara Enim)</i>	
KONSEP TUHAN DAN EKONOMI ISLAM.....	32
<i>Maulina Ulfanur, S.H.I., M.E.</i> <i>(IAIN Langsa)</i>	
KONSEP KENABIAN DAN EKONOMI ISLAM.....	49
<i>Dr. Ir. Rahmat Mulyana, MM.</i> <i>(Prodi Magister Ekonomi Syariah - IAI Tazkia)</i>	
KONSEP KEADILAN DALAM EKONOMI ISLAM.....	71
<i>Fauzia Ulirrahmi, S.Sy., M.H.</i> <i>(Fakultas Syari'ah – UIN Raden Mas Said Surakarta)</i>	
KONSEP MANUSIA DALAM EKONOMI ISLAM.....	86
<i>Zaenab Mahmudah, Lc., M.E.I.</i> <i>(Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah – ISIF Cirebon)</i>	

KONSEP ALAM DAN EKONOMI ISLAM	98
<i>Dr. Yuana Tri Utomo, SEI., MSI. (Program Studi Manajemen dan Bisnis Islam – STEI Hamfara)</i>	
KONSEP MASYARAKAT DAN EKONOMI ISLAM	119
<i>Haq Muhammad Hamka Habibie, S.E., M.A. (Fakultas Syariah – UIN Raden Mas Said Surakarta)</i>	
KONSEP PENGETAHUAN DALAM EKONOMI ISLAM	134
<i>Rahmat Kurnia, S.E., M.E. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - UIN Imam Bonjol Padang)</i>	
KONSEP PERILAKU MANUSIA DALAM EKONOMI ISLAM	152
<i>Dr. Julina, SE. M.Si. (Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial – UIN Suska Riau)</i>	
PRINSIP-PRINSIP EKONOMI ISLAM	173
<i>Syaeful Bakhri, M.Si. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)</i>	
KONSEP HARTA DAN KEPEMILIKAN DALAM EKONOMI ISLAM	193
<i>Ana M. Maghfiroh, M.Pd. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)</i>	
DISTRIBUSI KEKAYAAN DALAM EKONOMI ISLAM	204
<i>Ramadhan Razali, Lc., MA. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - IAIN Lhokseumawe)</i>	

**KONSEP WAKAF DALAM EKONOMI ISLAM
(PARADIGMA *SHIFT* WAKAF TANAH
SECARA PRODUKTIF)..... 219**

¹Lutfi Djoko Djumeno, S.H., M.M. & ²Fahrul Fauzi, S.H

(¹Pemerhati Tanah Wakaf &

²Fakultas Hukum - Universitas Indonesia)

KONSEP PERILAKU MANUSIA DALAM EKONOMI ISLAM

Dr. Julina, SE. M.Si.

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial – UIN Suska Riau

julina@uin-suska.ac.id

A. Pendahuluan

Ilmu-ilmu sosial pada umumnya terdiri dari tiga dimensi, yaitu gambaran positif tentang realitas manusia, deskripsi normatif tentang keadaan yang ideal, dan apa yang perlu dilakukan untuk mengubah keadaan saat ini menjadi keadaan ideal. Untuk mencapai kondisi ideal, dalam Alquran, Allah Swt. telah menunjukkan dua jalan, dan membebaskan manusia untuk memilih antara yang baik dan yang buruk. Pilihan ini juga dihadapi ketika manusia memutuskan sistem ekonomi yang akan digunakan. Ekonomi sebagai cabang ilmu fokus mempelajari cara atau prosedur seseorang demi memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ideal tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang meliputi kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Manusia dapat memilih antara ekonomi konvensional atau ekonomi Islam.

Menurut pandangan ekonomi konvensional, keuntungan merupakan tujuan yang dicapai di atas segalanya. Weber (1930) menulis bahwa semangat kapitalisme adalah pengejaran kekayaan sebagai tujuan itu sendiri, hingga menjadi sama sekali tidak rasional. Beberapa pemahaman yang paling menonjol tentang kesejahteraan dalam tradisi Yunani, Kristen, dan Muslim termasuk *eudaemonia*, *felicitas*, dan *sa'adah*, sebagaimana dibahas oleh orang-orang seperti Aristoteles, Aquinas, dan al-

Ghazali. Inti dari pemahaman ini adalah keyakinan bahwa hidup dengan baik berarti hidup dengan saleh. Pada gilirannya, dalam kegiatan ekonomi tertanam moralitas dan etika. Namun, dengan bangkitnya filosofi utilitarian di Eropa pada abad ke-19, kesejahteraan menjadi identik dengan kesenangan hedonistik individu dan pemenuhan keinginan. Hal ini memudahkan proses ekonomi terlepas dari ranah sosial dan etika melalui proses komodifikasi (Polanyi, 2001). Selain itu, insentif pasar seperti mencari keuntungan, menyingkirkan nilai-nilai non-pasar, seperti altruisme, menyebabkan ekonomi pasar menghasilkan masyarakat pasar di mana nilai-nilai material mendominasi semua aspek kehidupan (Sandel, 2012; Satz, 2010).

Disisi lain, ekonomi Islam tidak semata-mata mencari kebaikan di dunia, namun juga kebaikan untuk di akhirat. Lebih jauh Kader (2021) menjelaskan bahwa kesejahteraan yang ingin dicapai manusia terdiri dari beberapa jenis yaitu kesejahteraan spiritual, fisik dan psikologis, intelektual, keluarga dan sosial, lingkungan dan material. Menurut pendirian Islam, mengejar kekayaan harus dialokasikan pula untuk di jalan Allah. Hal ini dengan jelas dinyatakan dalam Alquran surat At Taubah ayat 34 yang artinya:

“... dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa agama Islam mengutuk pengejaran kekayaan untuk kepentingannya sendiri. Kekayaan diperbolehkan hanya jika kekayaan itu dihabiskan demi Allah, sebagai sarana penyucian jiwa. Dengan demikian kekayaan dapat menjadi sarana pembangunan manusia. Islam sangat berorientasi pada

proses, bukan hanya berorientasi pada tujuan. Perjuangan manusia tidak dinilai dari sampai atau tidaknya pada tujuan, melainkan dari usaha yang dilakukan untuk bergerak mencapai tujuan. Islam melihat seluruh proses pendapatan, pembelian, konsumsi, pembuangan sisa, dalam kerangka holistik untuk berurusan dengan keterlibatan manusia dengan dunia material.

B. Dari *Homo Economicus* ke *Homo Islamicus*

Ilmu ekonomi konvensional menggambarkan manusia sebagai *homo economicus*, yang dimotivasi semata-mata oleh keinginan untuk memaksimalkan kesenangan yang diperoleh dari konsumsi (barang dan jasa). Keadaan yang ideal menurut ekonomi konvensional adalah agar semua orang dapat memuaskan semua keinginan. Namun demikian, pada kenyataannya hal ini tidak mungkin karena adanya masalah kelangkaan. Untuk mengatasi masalah kelangkaan disusunlah strategi transformatif dalam bentuk pertumbuhan ekonomi. Tingkatkan jumlah produksi agar mampu menghilangkan masalah kelangkaan dan bahkan mencapai keberlimpahan. Pada akhirnya manusia berusaha mengejar pertumbuhan ekonomi dengan segala cara meskipun menyebabkan ketidakadilan ekonomi yang masif, dan membahayakan masa depan umat manusia, dengan menghancurkan sumber daya yang diperlukan untuk bertahan hidup.

Berlawanan dengan konsep *homo economicus* yang diajukan ekonomi konvensional, ajaran Islam tidak menganggap perilaku manusia sebagai sesuatu yang tetap dan pasti ada dalam diri manusia. Faktanya, karakter *homo economicus* digambarkan sebagai perilaku yang sangat tidak diinginkan, dan Islam memiliki cita-cita alternatif perilaku yang lebih baik. Ada beberapa strategi transformatif

untuk mengubah perilaku konsumen menuju cita-cita normatif ekonomi Islam, yaitu dari *homo economicus* menjadi *homo Islamicus*. Perlu dicatat bahwa kedua kutub adalah bentuk ideal, dan sebagian besar manusia berada di tengah-tengahnya.

Alquran bersaksi bahwa kecintaan manusia terhadap barang-barang dan kehidupan duniawi serta kesenangan baik yang sah maupun yang lainnya, tertanam dalam jiwa manusia dalam surat Yusuf ayat 53 dinyatakan bahwa:

“... Karena sesungguhnya nafsu itu selalu mendorong kepada kejahatan ...”

Dalam ayat lainnya yaitu surat Ali Imran ayat 14 dinyatakan:

“Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan, hewan ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik.”

Secara deskriptif, hal ini tidak jauh berbeda dengan *homo economicus* dari teori ekonomi konvensional. Teori ekonomi konvensional menganggap deskripsi keinginan manusia dan diri batiniah ini diberikan secara eksogen, dan menetapkan tujuannya untuk memenuhi keinginan tersebut. Samuelson dan Nordhaus (1989) menyatakan bahwa para ekonom harus memperhitungkan keinginan dan kebutuhan konsumen apakah itu asli atau dibuat-buat. Demikian pula, Stigler dan Becker (1977) membuat klaim normatif bahwa selera adalah aksioma perilaku manusia yang tak tertandingi. Sebaliknya, Islam tidak menerima gagasan

bahwa ekonomi adalah, atau seharusnya, tentang pemenuhan semua keinginan manusia. Dalam Alquran dinyatakan pemenuhan keinginan yang sia-sia sangat dikutuk. Lebih spesifiknya pada surah Al-Baqarah ayat 216 yang artinya:

“... boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu.”

Kemungkinan ini tidak dipertimbangkan dalam teori ekonomi, yang menganggap konsumen sebagai penilai terbaik atas kesejahteraannya sendiri; yang dikenal dengan asas Kedaulatan Konsumen. Sementara para ekonom konvensional percaya bahwa selera adalah aksioma yang tidak dapat dilawan, dan manusia harus berusaha untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan, baik itu alami atau buatan, Alquran sangat menganjurkan sebaliknya. Hal ini ditegaskan dalam Alquran surah An-Nazi'at ayat 40 yang artinya:

“dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya.”

Meskipun Alquran mengakui bahwa keinginan akan barang-barang material dan kesenangan duniawi tertanam dalam jiwa manusia, Alquran juga menjelaskan bahwa adalah mungkin bagi manusia untuk maju melampaui tahap primitif kepuasan instan ini, menuju tingkat spiritualitas yang lebih tinggi. Perilaku manusia tidak tetap dan eksogen; melainkan memiliki potensi untuk kemungkinan melakukan kebaikan dan keburukan. Manusia memiliki kemungkinan untuk melampaui para malaikat, dan juga kemungkinan

untuk menjadi lebih buruk dari binatang. Dari segi deskripsi, inilah perbedaan krusial antara konsep Islam dan ekonomi.

Menurut Islam, perilaku manusia dapat berkisar dari cita-cita tinggi *homo Islamicus* hingga bentuk dasar *homo economicus*. Semua manusia bebas memilih diantara dua kutub yang berlawanan ini, atau pada posisi di antaranya. Hati manusia adalah medan pertempuran antara yang baik dan yang jahat. Kisaran kemungkinan yang kompleks ini, dan kebebasan memilih manusia adalah inti dari ekonomi Islam. Beberapa norma dasar yang menggambarkan *homo Islamicus* adalah moderasi dan aspek emosional serta spiritual. Dalam konsep moderasi, manusia tidak boleh mencintai dunia dengan cinta yang berlebihan atau sebaliknya sangat membenci dunia. Kesederhanaan, dikombinasikan dengan pengetahuan bahwa kemiskinan atau kekayaan adalah cobaan. Hal ini dijelaskan dalam surah Al-Fajr ayat 15 dan 16 yang artinya:

“Adapun manusia apabila Tuhannya mengujinya lalu dia dimuliakan-Nya dan diberi-Nya kesenangan, maka dia akan berkata: “Tuhanku telah memuliakanku” dan adapun bila Tuhannya mengujinya lalu membatasi rezekinya maka dia berkata: “Tuhanku menghinakanku.”

Kelebihan kekayaan bukanlah tanda keridhaan Allah, dan kemiskinan bukanlah keadaan yang tercela dari Allah. Keduanya adalah cobaan, dan mereka yang memenuhi perintah Allah yang berkaitan dengan keadaan ini akan berhasil dalam cobaan mereka. Jumlah terbaik dari kekayaan adalah yang cukup untuk hidup nyaman, baik terlalu sedikit dan terlalu banyak merupakan ujian dari Allah.

Dari aspek spiritual dan emosional, Islam mengambil banyak langkah untuk memastikan bahwa ketidaksetaraan

yang ada pada kehidupan manusia tidak merugikan masyarakat. Pertama, setiap orang didorong untuk mengadopsi kesederhanaan dalam gaya hidup sehingga perbedaan dapat diminimalkan. Kedua, Islam melarang manusia membuat orang lain iri padanya. Orang kaya harus menyembunyikan kekayaan mereka untuk mencegah iri hati sementara orang miskin didorong untuk tidak iri pada orang kaya, tetapi puas dengan keadaan mereka. Kekayaan sejati adalah hati yang murah hati. Hal ini ditegaskan dalam surat Az-Zukhruf ayat 32 yang artinya:

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”

Tujuan adanya ketidaksetaraan adalah untuk menciptakan kerjasama dan kemurahan hati. Mereka yang memiliki kelebihan harta didorong untuk memberi kepada mereka yang membutuhkan, dan mereka yang membutuhkan didorong untuk bekerja mencari nafkah, dan dengan demikian untuk menyediakan barang dan jasa kepada orang lain, untuk kepentingan masyarakat. Islam melarang umat Islam untuk iri hati kepada orang lain dan mengajarkan strategi untuk mencegah iri hati. Nabi menyuruh untuk melihat orang yang kurang beruntung dalam urusan duniawi, agar dapat merasa bersyukur atas apa yang dimiliki. Manusia diajarkan untuk percaya (*tawakkal*) kepada Allah Swt. untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah, dan menumbuhkan Kepuasan atas apa pun yang dimiliki, dan bersyukur kepada Allah atas

karunia-Nya. Ini adalah jalan dimana jiwa dapat bangkit melampaui teori ekonomi *homo economicus*, dan menuju *homo Islamicus* (Zaman, 2019).

C. Ekonomi Konvensional: Beberapa Kesalahan

Sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan, ekonomi konvensional mengambil sikap terhadap aspek ekonomi yang positif, normatif, dan transformatif. Sebagai teori perilaku positif, gambaran manusia sebagai *homo economicus*, yang merupakan pusat ilmu ekonomi, telah dibantah habis-habisan. Bidang ekonomi perilaku muncul ketika para psikolog menguji teori ekonomi terhadap perilaku manusia dalam eksperimen, dan menemukan berbagai macam konflik. Sejak saat itu, bukti kegagalan model ekonomi perilaku manusia telah muncul dari berbagai sumber, dalam berbagai bidang penelitian. Sebuah survei tentang bagaimana teori ekonomi buta terhadap kompleksitas multidimensi perilaku manusia telah dilakukan oleh Zaman dan Karacuka (2012).

Kesalahan selanjutnya adalah dari sisi kesejahteraan manusia. Menurut teori ekonomi konvensional, keadaan ideal diperoleh ketika semua kebutuhan dan keinginan manusia terpenuhi. Teori ekonomi adalah tentang bagaimana menangani masalah ketika keadaan ideal ini tidak dapat dicapai karena kelangkaan sumber daya tidak mencukupi untuk memenuhi semua keinginan. Ekonom mengidentifikasi kesejahteraan manusia dengan kepuasan semua kebutuhan/keinginan, tanpa pembedaan apapun, atau penyelidikan ke sumber keinginan ini. Hal ini dianggap sebagai aksioma yang terbukti dengan sendirinya, padahal sebenarnya bisa ditantang dengan beberapa alasan. Dari sudut pandang Islam, Alquran membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang sah, dan mendorong

memenuhannya, tetapi melarang kita untuk mengejar keinginan yang sia-sia.

يٰۤاٰدَمُ خُذْ اٰتَمَ زِيْنَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Dari sudut pandang sekuler, Paradoks Easterlin menunjukkan dengan jelas bahwa konsumsi materi bukanlah sumber kesejahteraan atau kebahagiaan jangka panjang. Sementara konsumsi barang dan jasa membawa rangsangan dan kesenangan jangka pendek, kebahagiaan jangka panjang bergantung pada karakter dan hubungan sosial. Uang tidak membeli kebahagiaan, seperti yang dipegang oleh kebijaksanaan dalam semua tradisi agama dan filosofis. Nyatanya, uang membeli ilusi kebahagiaan. Alquran surat Ali Imran 185 menyatakan:

وَمَا الْحَيٰوةُ الدُّنْيَا اِلَّا مَتَعُ الْعٰرِضِيْنَ

“Kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan.”

Kesalahan yang ketiga adalah pada strategi pertumbuhan ekonomi. Keynes dan ekonom besar lainnya mengungkapkan harapan bahwa masalah kelangkaan dapat diselesaikan dengan pertumbuhan ekonomi. Dengan akumulasi kekayaan dan sumber daya material yang cukup, manusia akan mampu memuaskan semua keinginan dan

sampai pada keadaan ideal – utopia ekonomi. Strategi ini meningkatkan sumber daya untuk mencapai kelimpahan, secara drastis salah karena berbagai alasan. Pertama, keinginan meningkat saat terpenuhi. Dari Ibnu ‘Abbas, ia berkata bahwa Rasulullah Saw. bersabda:

لَوْ أَنَّ لِابْنِ آدَمَ وَادِيًا مِنْ ذَهَبٍ أَحَبَّ أَنْ يَكُونَ لَهُ وَادِيَانِ ، وَلَنْ يَمْلَأَ فَاهُ إِلَّا التُّرَابَ ، وَيَتُوبُ اللَّهُ عَلَى مَنْ تَابَ

Artinya: “Seandainya seorang anak Adam memiliki satu lembah emas, tentu ia menginginkan dua lembah lainnya, dan sama sekai tidak akan memenuhi mulutnya (merasa puas) selain tanah (yaitu setelah mati) dan Allah menerima taubat orang-orang yang bertaubat.” (*Muttafaqun ‘alaih*, HR. Bukhari no. 6439 dan Muslim no. 1048)

Menurut Easterlin (1973), jumlah barang yang tersedia di dunia telah meningkat pesat. Namun, tingkat kepuasan hidup, kebahagiaan, atau kesejahteraan tidak berubah. Penelitian selanjutnya tentang kebahagiaan dan kesejahteraan telah memberikan penjelasan yang jelas mengapa demikian. Pertama, ada *set-point*, tingkat normal barang-barang material yang biasa digunakan orang. *Set-point* ini berubah sehingga apa yang sebelumnya membuat seseorang bahagia dianggap sebagai bagian dari kehidupan yang biasa, yang tidak menambah kebahagiaan. Kedua, orang membandingkan kepemilikan mereka dengan orang lain, jadi dalam situasi dengan standar hidup yang terus meningkat, setiap orang berakhir pada posisi relatif yang sama, tanpa perubahan agregat dalam kebahagiaan. Jadi, pertumbuhan ekonomi hanyalah ilusi, yang tidak menyelesaikan masalah kelangkaan.

D. Ekonomi Islam: Solusi Alternatif

Pembahasan sebelumnya telah menjelaskan bagaimana teori ekonomi konvensional memiliki beberapa kekeliruan dalam dimensi positif, normatif, dan transformatif. Sekitar empat belas abad yang lalu, risalah Islam menciptakan revolusi dalam kehidupan orang Arab terbelakang, dan mengubah mereka menjadi pemimpin peradaban dunia, yang mendominasi selama ribuan tahun. Karena Islam telah menjadi asing bagi umat Islam, ajaran Islam memiliki potensi yang sama saat ini, untuk mengangkat umat Islam dari kesengsaraan mereka saat ini, dan menunjukkan kepada dunia jalan keluar dari situasi bencana umat manusia saat ini.

Tidak seperti *homo economicus*, pencari kesenangan dan pemaksimal kesenangan dari ekonomi konvensional, Alquran melukiskan gambaran perilaku manusia yang kaya dan kompleks. Di satu sisi manusia telah diciptakan dalam bentuk yang terbaik, dengan potensi untuk mencapai kesempurnaan bahkan melampaui para malaikat. Di sisi lain, manusia juga berpotensi menjadi lebih buruk dari binatang. Islam menjawab bahwa setiap manusia memiliki kedua kecenderungan yang dibangun dalam dirinya, dan dapat memilih di antara keduanya. Karena kebebasan ini, tidak ada rumus matematika yang dapat menentukan perilaku manusia, dan pola perilaku masa lalu mungkin tidak memprediksi masa depan dengan tepat, karena manusia bebas untuk memilih dan mengubah jalan mereka.

Pada dimensi normatif, Islam membahas semua dimensi keberadaan manusia sehingga ajaran Islam tidak dapat dengan mudah diringkas. Untuk itu, telah diutus teladan akhlak yang sempurna, Nabi Muhammad Saw., yang menunjukkan wujud ideal, untuk diteladani dalam seluruh dimensi kehidupan. Banyak karakteristik luar biasa

yang berfungsi sebagai model ideal yang ingin ditiru oleh semua Muslim. Kasih sayang untuk kesejahteraan orang lain, baik untuk urusan duniawi maupun untuk kehidupan mereka di akhirat, sangat berbeda dengan perilaku egois yang merupakan bagian dari asumsi inti teori ekonomi tentang perilaku manusia. Pada dimensi transformatif, ekonomi konvensional menggambarkan manusia sebagai mesin pencari kesenangan. Mengejar keinginan yang sia-sia sangat dikutuk dalam Alquran. Kesejahteraan datang dari menyucikan hati dari keinginan-keinginan yang sia-sia ini, dan cinta akan kesenangan duniawi (Zaman, 2019).

E. Perilaku Manusia

Karakter dan kepribadian manusia dibentuk oleh upaya individu. Orang percaya adalah orang yang takut akan Tuhan yang paling berhati-hati dengan tugasnya. Mereka juga paling benar dan paling baik perilakunya. Melakukan perbuatan baik membutuhkan upaya manusia ke arah yang benar dan niat baik. Umumnya, orang berpikir bahwa seorang Mukmin hanyalah orang yang secara teratur melakukan semua ritual keagamaan. Ini tidak benar, jika pelaksanaan ritual oleh seorang mukmin tidak membantu orang tersebut menjadi rendah hati, berbudi luhur, dan benar-benar takut akan Tuhan, maka dia bukanlah seorang Mukmin sejati. Demikian pula jika seseorang, apapun agamanya, tidak baik dan adil dalam berhubungan dengan orang lain dan tidak peduli untuk menjauhi perbuatan-perbuatan yang memalukan dan berdosa yang dilarang oleh Allah Swt., maka orang tersebut bukanlah manusia yang sesungguhnya. Menjadi manusia berarti percaya pada kemanusiaan dengan semua nilai kemanusiaan dan menjadi perwujudan dari semua yang baik. Karena orang harus

hidup bersama dan berurusan satu sama lain, mereka perlu memiliki perilaku sosial tertentu (Hafeez, 2010).

Selain itu Islam juga sangat menekankan lingkungan sebagai faktor yang membentuk perilaku manusia dan juga mempengaruhi pembelajaran. Ada banyak ayat dalam Alquran yang menjelaskan tentang dunia manusia, alam bumi, dari pohon hingga kura-kura, dari ikan hingga unggas, hingga matahari, bintang, dan langit (Khalid, 2002). Lingkungan atau alam disebut sebagai ayat (tanda-tanda) Allah Swt. atau bukti Ketuhanan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Abdullah dkk (2017) merangkum berbagai faktor lingkungan yang membentuk perilaku manusia menurut pandangan Islam adalah keluarga, sekolah, teman sebaya, media. Meskipun ada kesamaan antara pandangan Barat dan Islam, banyak perbedaan juga terlihat terutama pada jenis perilaku yang ditekankan masing-masing. Psikologi Barat sangat menekankan pada perubahan sosial dan intelektual yang terjadi sebagai akibat dari interaksi individu dengan lingkungannya, sementara pandangan Islam, meskipun mempertimbangkan perubahan sosial, lebih menekankan pada implikasi spiritual yang disebabkan oleh perubahan ini dalam fisik dan spiritual individu saat ia berinteraksi dengan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media. Bagian berikut akan membahas perilaku manusia dalam berbagai peran yang dijalani.

1. Perilaku sebagai Konsumen

Pada awalnya konsumen digambarkan dalam tradisi Islam dengan cara yang dekat dengan teori ekonomi *homo economicus*. Hal ini telah menjadi sumber kebingungan bagi beberapa ekonom Islam, yang telah menggunakan konsep ini untuk berargumen bahwa

sumber-sumber Islam sesuai dengan teori neoklasik. Tidak seperti teori ekonomi konvensional, ajaran Islam tidak menganggap perilaku ini sebagai gambaran perilaku manusia yang tetap. Faktanya, ini digambarkan sebagai perilaku yang sangat tidak diinginkan dan diharapkan beralih ke perilaku lain yang lebih baik (*homo Islamicus*) (Zaman, 2019).

Ada banyak perintah Allah Swt. yang berhubungan dengan konsumsi. Diantaranya adalah perintah untuk tidak iri pada orang lain, atau membuat orang lain iri dalam hal konsumsi. Alquran menyatakan dalam surat An Nisa ayat 32 yang artinya:

“Dan janganlah kamu iri hati terhadap karunia yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain.”

Islam berkaitan dengan transformasi internal, dengan membersihkan hati dari keinginan yang salah, dan mengganti cinta harta benda dengan cinta Allah. Bukan sekedar memenuhi keinginannya, manusia harus menahannya, dan memupuk dan memperdalam cinta Allah dan Rasul, dan perjuangan untuk agamanya, untuk menjadikannya cita-cita yang tertinggi. Perjuangan untuk penyucian diri inilah yang menciptakan transformasi spiritual batiniah yang merupakan salah satu tujuan Islam.

Selain itu, perilaku yang tidak diinginkan dalam Islam adalah boros. Allah berfirman dalam surat al-Isra' ayat 27 yang artinya:

"Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan."

Menghabiskan lebih dari yang diperlukan (*israf*) adalah pemborosan sumber daya, dan juga merampas

hak orang lain yang membutuhkan. Menurut Zaman (2010) belum ada pembahasan yang berkaitan dengan *israf* di mazhab ekonomi heterodoks. Hal ini mendukung klaim bahwa Islam menawarkan solusi atas masalah ekonomi yang dibutuhkan dunia.

Floren dkk (2019) melakukan penelitian dalam bentuk *systematic literature review* terkait dengan pemasaran Islam dan perilaku konsumen. Hasil penelitian menyimpulkan Islam sebagai agama telah ditemukan berdampak pada keyakinan etis dan perilaku konsumen Muslim dari berbagai negara, serta pilihan layanan konsumen dan beberapa produk tabu berdasarkan hukum Syariah Islam. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran Islam memiliki dampak yang signifikan terhadap karakteristik konsumen Muslim dan oleh karena itu memengaruhi pilihan utama mereka tentang produk dan layanan tertentu.

2. Perilaku sebagai Produsen

Semua tindakan seorang Muslim dapat bernilai sebagai ibadah, termasuk pula dalam memproduksi barang dan jasa. Tanpa dilandasi nilai Islam, bisa jadi manusia akan berjuang untuk mendapatkan triliunan rupiah melalui perusahaan dengan keuntungan besar, bekerja keras untuk menghasilkan lebih banyak keuntungan, bahkan dengan mengorbankan karyawan, mencemari lingkungan, membunuh spesies tanaman dan hewan, dan mengorbankan masa depan kemanusiaan.

Islam menawarkan teori produksi yang sangat berbeda, yang diselaraskan dengan alam. Seperti yang telah dibahas, Islam melarang mencari uang untuk kepentingannya sendiri. Menghasilkan uang dan berdagang diperbolehkan dan didorong demi melayani

umat manusia. Perusahaan menurut konsep Islam memiliki sudut pandang yang berkebalikan pada hubungan antara layanan dan keuntungan. Jika perusahaan pada umumnya menyediakan layanan sebagai sarana untuk menghasilkan keuntungan, perusahaan Islam harus mendapatkan keuntungan agar dapat memberikan layanan jangka panjang yang berkelanjutan. Keuntungan bukan prioritas utama yang harus dimaksimalkan tanpa ada pertimbangan etis atau sosial, melainkan penyediaan layanan sebagai prioritas utama untuk dimaksimalkan. Dalam mengejar pelayanan yang maksimal kepada ciptaan Allah, sebagai sarana yang paling baik untuk menyembah Allah, perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang sah untuk beberapa tujuan (Zaman, 2019):

- a. Keuntungan akan dibutuhkan agar karyawan tetap termotivasi dan senang dalam penyediaan layanan mereka, untuk memastikan bahwa kebutuhan pribadi mereka terpenuhi secara memadai.
- b. Keuntungan diperlukan untuk melakukan investasi dan melakukan penelitian untuk memperluas cakupan dan efisiensi layanan dan produk yang disediakan.
- c. Keuntungan juga diperlukan untuk mengatasi kondisi yang tidak terduga di masa depan yang tidak pasti.

Untuk semua alasan ini, perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam akan menghasilkan keuntungan, tetapi perolehan keuntungan tidak akan menjadi tujuan utama bisnis. Sebaliknya, pada akhir tahun, tujuan utamanya adalah jumlah layanan yang dapat diberikan perusahaan kepada umat manusia. Adinugroho dkk (2022) menambahkan perusahaan juga harus memperhatikan aspek halal dan haram dalam

produksinya agar tidak merusak moral konsumen. Hal ini juga dikemukakan oleh Rehman dan Shabbir (2010) bahwa selain produk halal tidak boleh mengandung bahan-bahan yang haram (dilarang), perusahaan juga dilarang mengeksploitasi tenaga kerja atau lingkungan atau berbahaya.

Temuan penelitian tentang pasar Islam cenderung menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan yang stabil dalam jumlah perusahaan yang tertarik untuk berinvestasi di pasar halal. Perusahaan multinasional besar seperti Nestlé, Unilever, Colgate, McDonald's dan L'Oréal adalah merek terkenal di dunia yang telah mengembangkan kehadiran yang diakui di pasar Islam dengan memasok produk yang sesuai dengan Syariah Islam kepada konsumen mereka (Alserhan, 2010; Izberk-Bilgin & Nakata, 2016).

3. Perilaku sebagai Pedagang

Dalam konteks masyarakat Barat, kegiatan ekonomi biasanya dianggap sebagai maksimalisasi utilitas individu dari pelaku ekonomi. Adam Smith berkata, "Bukan kebaikan tukang daging untuk menjual daging, tetapi untuk kepentingannya sendiri." Kesejahteraan masyarakat biasanya bukan motivasi utama untuk terlibat dalam usaha bisnis bagi pengusaha barat. Dalam konteks Islam, kegiatan bisnis seorang Muslim harus difokuskan terutama untuk menyenangkan Allah, yang meliputi menjalankan bisnis yang sesuai dengan standar moral dan etika praktik Islam, memenuhi kewajiban agama seseorang, dan berkontribusi pada tujuan Islam secara keseluruhan untuk memberi manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan (Hassan & Hippler, 2014). Inilah mengapa para pedagang Muslim yang jujur

akan disejajarkan dengan para Nabi, para penyampai kebenaran, dan para syuhada di hari kiamat.

Jika dilakukan dengan cara ini, penghasilan mendapatkan berkah dari Allah dan pedagang yang jujur akan bersama orang-orang saleh pada hari penghakiman. Hadits ini berarti bahwa orang yang berdagang dengan maksud untuk melayani orang dengan menyediakan kebutuhan mereka diberkati oleh Allah, sedangkan orang yang menahan barang-barang penting dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan dengan menyediakannya dengan harga tinggi adalah laknat. Islam mencita-citakan terciptanya suatu masyarakat manusia yang peduli terhadap kesejahteraan sesamanya (Zaman, 2019).

4. Perilaku sebagai Tenaga Kerja

Seperti perusahaan dan bisnis di Dunia Barat, perusahaan Islam terdiri dari pemilik/manajer, dan mempekerjakan buruh dari berbagai jenis. Namun, hubungan antara buruh dan perusahaan secara radikal berbeda dari model Barat, dan ini mengarah pada perbedaan radikal dalam teori Islam untuk pasar tenaga kerja. Di dunia barat, kerja adalah komoditas yang dibeli dari buruh, dan diserahkan kepada kapitalis. Hubungan antara pimpinan dan karyawan adalah permusuhan. Buruh yang tidak mau menjual waktunya, terpaksa melakukannya karena kebutuhan mencari nafkah untuk menghidupi keluarganya. Dia berusaha untuk meminimalkan waktu yang dihabiskan dalam bekerja dan memaksimalkan pendapatan yang diterimanya. Kapitalis yang mempekerjakan tenaga kerja ingin memaksimalkan jumlah tenaga kerja yang dia dapatkan dari pekerja, dan meminimalkan jumlah yang dia bayarkan.

Semua ini berubah secara radikal dalam konteks Islam. Bekerja mencari nafkah adalah ibadah. Kerja sebagai bentuk ibadah menciptakan makna dan motivasi kerja. Berbelanja demi Allah terbagi dalam beberapa kategori. Pertama, manusia mencari nafkah untuk swasembada, agar tidak menjadi beban masyarakat. Inilah mengapa mendapatkan uang untuk menghidupi diri sendiri (*rizq*) diklasifikasikan sebagai ibadah, di samping ibadah lainnya. Kedua, manusia harus menafkahi keluarga, seperti yang diwajibkan oleh Islam. Ketiga, manusia dapat memperoleh penghasilan untuk memenuhi kewajiban sosial, termasuk membantu tetangga dan keluarga besar. Keempat, manusia bisa berusaha untuk berprestasi dalam memberikan yang lebih luas kepada masyarakat secara keseluruhan, melalui Wakaf dan sarana lainnya (Zaman, 2019).

F. Daftar Pustaka

- Abdullah, A.H., Ismai, M.S., Othman, N.S., & Nasir, N. (2017). Islamic view on the role of social environment in shaping human behavior, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7 (7), 886-895.
- Adinugroho, M., Sisiawan, R., & 'Ilmi, Z. (2022) Manufacturer Behavior: In the Perspective of Islamic Economic and Conventional Economics *Journal of Islamic Civilization*. 4 (1), 91-99.
- Alserhan, B. (2010). Islamic branding: a conceptualization of related terms, *Journal of Brand Management*, 18 (1),34-49.
- Floren, J., Rasul, T. & Gani, A. (2020). Islamic marketing and consumer behaviour: a systematic literature

- review, *Journal of Islamic Marketing*, 11 (6), 1557-1578.
- Hafeez, M.A. (2010). Human character and behavior (from Islamic Perspective), Amana Publication, Maryland.
- Hassan, M.K., & Hippler, W. (2014) Entrepreneurship and Islam: An Overview (2014). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3263110> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3263110>
- Izberk-Bilgin, E. & Nakata, C. (2016), A new look at faith-based marketing: the global halal market, *Business Horizons*, 59 (3), 285-292.
- Kader, H. (2021). Human well-being, morality, and the economy: an Islamic perspective, *Islamic Economic Studies*, 28 (2), 102-123.
- Khalid, F.M. (2002). Islam and the Environment. In Munn and Timmerman (eds.) *Encyclopedia of Global Environmental Change*. Vol. 5. Social and Economic Dimensions of Global Environmental Change, pp 332-339. Chichester UK: John Wiley & Sons, Ltd.
- Polanyi, K. (2001), *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Beacon Press, Boston.
- Sandel, M. (2012), *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, Penguin.
- Satz, D. (2010), *Why Some Things Should Not Be for Sale: The Moral Limits of Markets*, Oxford University Press.
- Zaman, A. (2010) Scarcity: East and West, *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Volume 6, Number 1, 87-104, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3061271>

Zaman, A. (2019). Transformation of Human Behavior as a Central Strategy for Islamic Economics Paper prepared for the 12th ICIEF at Ummul-Qura University, 5-6 Feb 2019, Mecca, Saudi Arabia

Zaman, A., & Karacuka, M. (2012). The empirical evidence against Neoclassical Utility Theory: A Review of the Literature, *International Journal for Pluralism and Economics Education*, 3 (4), 366-414.

FILSAFAT EKONOMI ISLAM

Dalam memahami filsafat ekonomi Islam, terdapat tiga konsep dasar yang mesti kita pahami, yakni filsafat Tuhan, manusia (*kosmis*) dan alam (*kosmos*). Kunci filsafat ekonomi Islam terletak pada manusia dengan Tuhan, manusia dengan alam dan manusia dengan manusia lainnya. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa filsafat ekonomi Islam merupakan suatu proses pencarian hakikat penerapan syariat dalam aktivitas ekonomi melalui perantara ilmu dan akal. Tentu ilmu di sini adalah kaidah-kaidah *ushul* dan tuntunan praktek yang terdapat di dalam Alqurna dan Sunnah.

Filsafat ilmu sangat memainkan peranan yang sangat penting terhadap ilmu ekonomi Islam, antara lain sebagai sarana pengujian penalaran ilmiah, sarana merefleksi, menguji, mengkritik asumsi dan metode keilmuan, serta sebagai sarana memberikan dasar logis terhadap metode keilmuan.

Buku ini sangat layak untuk Anda nikmati, karena memiliki kajian yang sangat lengkap tentang filsafat ekonomi Islam. Terdapat 14 kajian dalam buku ini yang ditulis oleh 14 orang pakar di bidangnya yang berasal dari 13 Perguruan Tinggi di Indonesia. Selain itu, buku ini disusun secara sistematis dan disusun dengan bahasa yang mudah dipahami guna memahamkan pembaca dalam memahami peranan filsafat ilmu dalam ekonomi Islam.



AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY

Ⓜ <http://azzahramedia.com>

✉ zahramedia.society@gmail.com

📍 Jl. HM. Harun No. 8, Percut, Sumatera Utara

ISBN 978-623-09-2125-4

