

# **FAKTOR PSIKOLOGI MANUSIA DALAM MENDORONG PEREKONOMIAN GLOBAL (PERSPEKTIF PSIKOLOGI ISLAM)**

**Imam Faisal Hamzah**  
Universitas Gadjah Mada

## **PENDAHULUAN**

Global Economy Journal pernah memuat sebuah hasil penelitian yang dilakukan oleh Rehman dan Askari (2010) mengenai seberapa Islamkah negara Islam itu? (*How Islamic are Islamic Countries?*). Penelitian yang dilakukan terhadap 208 negara yang di antaranya melibatkan negara-negara OKI (Organisasi Konferensi Islam) tersebut mengukur 4 indeks *Islamicity*, yaitu *Economic Islamicity Index*, *Legal and Governance IslamicityIndex*, *Human and Political Rights IslamicityIndex*, dan *International Relations IslamicityIndex*. Termasuk di dalamnya adalah tingkat korupsi, tingkat ketersediaan lapangan kerja, hingga pencegahan terhadap *genocide*.

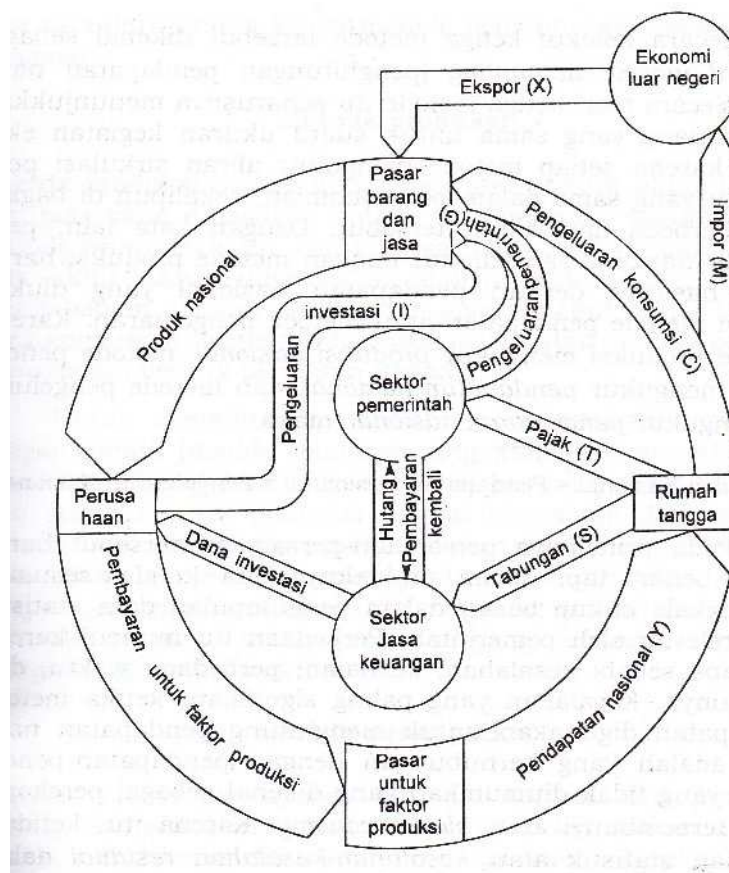
Hasilnya adalah negara paling “Islami” berturut-turut dari peringkat pertama hingga kelima adalah New Zealand, Luxemburg, Irlandia, Islandia, dan Finlandia. Negara Islam paling tinggi peringkatnya adalah Malaysia di peringkat 38, Kuwait di peringkat 48, dan Arab Saudi di peringkat 131, sedangkan Indonesia berada di peringkat 140. Terlepas dari ideologi, kepentingan, dan sebagainya, data ini cukup menarik menjadi bahan renungan bahwa posisi negara-negara Islam maupun yang didominasi oleh orang Islam masih jauh tertinggal. Sudah seharusnya umat Islam menyadari dan menerima ketertinggalan ini untuk melakukan suatu upaya untuk mengejar ketertinggalan tersebut.

Keterkikisan *iman* tampaknya menjadi problem utama dalam kehidupan umat Islam saat ini. Posisinya sebagai *basic motive* tergantikan dengan hal-hal duniawi. Kesejahteraan duniawi dianggap jauh lebih penting daripada kesejahteraan *iman*. Bahkan keimanan itu sendiri bisa diperjual belikan untuk kepentingan duniawi, misalnya saja bagaimana *fatwa* ulama dapat dibeli untuk kepentingan duniawi tertentu. Tentu saja persoalan ini terkait dengan kehidupan ekonomi dan psikologi manusia yang kompleks.

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari kehidupan ekonomi karena hal ini terkait dengan aktivitas pemenuhan mendasar kebutuhan hidup manusia untuk menjaga eksistensinya. Kehidupan ekonomi sangat akrab dalam kehidupan manusia, karena pada dasarnya aktivitas manusia merupakan aktivitas ekonomi dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidupnya. Kehidupan ekonomi pun dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk memilih makanan hingga siapa presiden yang akan dipilih. Tidak dipungkiri pula permasalahan di masyarakat banyak dipicu oleh persoalan ekonomi, mulai dari konflik hingga menjadi penyebab yang umum seseorang menjadi pasien rumah sakit jiwa.

Kegiatan ekonomi manusia dalam rangka memanfaatkan sumber daya yang terbatas itu merupakan kegiatan yang kompleks dalam praktiknya, yang mana dapat digambarkan melalui *circular flow of income model* sebagai berikut :



Gambar 1. *Circular flow of income model* (Nellis dan Parker, 2000)

Laju pertumbuhan ekonomi suatu negara atau daerah dapat tergantung pada aktivitas pada gambar 1 di atas. Sektor perusahaan akan memproduksi kebutuhan yang dibutuhkan Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

oleh sektor rumah tangga, di mana sektor rumah tangga akan menggantinya dengan pembayaran untuk menghidupi kinerja perusahaan. Di Sisi lain sektor perusahaan juga akan mendapat tenaga kerja dari sektor rumah tangga dan sebagai gantinya perusahaan akan memberikan gaji pada tenaga kerja yang dapat digunakan oleh sektor rumah tangga. Termasuk di dalamnya juga peran sektor pemerintah dan jasa keuangan dalam mengatur sirkulasi aktivitas ekonomi di negaranya. Aktivitas tersebut perlu dijaga agar pertumbuhan ekonomi suatu wilayah dapat terus berlanjut sehingga tidak menimbulkan krisis.

Pertumbuhan ekonomi digunakan untuk mengetahui keadaan ekonomi suatu negara dalam kurun waktu tertentu, dalam rangka mengukur tingkat pertambahan *output* atau penambahan pendapatan agregatif (Prasetyo, 2011). Ukuran yang biasanya digunakan adalah *Gross National Product* (GNP) dan *Gross Domestic Product* (GDP) yang didasarkan pada gambar 1 di atas (Nellis dan Parker, 2000). Pertumbuhan ekonomi Indonesia (dari sisi GDP) mengalami penurunan dari angka 5,8% pada 2013 menjadi 5,2% pada triwulan pertama di tahun 2014, dan diperkirakan pada tahun 2015 akan kembali membaik pada kisaran 5,4-5,8% (Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter, 2014). Tentu saja untuk mencapai angka tersebut, semua komponen bangsa seharusnya ikut untuk mengupayakan perbaikan pada pertumbuhan ekonomi.

Salah satu tantangan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat saat ini dan ke depan adalah globalisasi. Pada tahun-tahun mendatang, Indonesia akan dihadapkan pada tantangan globalisasi ekonomi dengan dibukanya pasar bebas ASEAN hingga dunia. Luthans dan Doh (2014) mendefinisikan globalisasi sebagai proses integrasi antar negara-negara di dunia dalam hal sosial, politik, ekonomi, budaya, dan teknologi. Sedangkan Hamid (2012) menyatakan bahwa pada dasarnya globalisasi sendiri muncul dari ranah ilmu ekonomi sebagai akibat adanya kolonialisme, sehingga pada dasarnya globalisasi sendiri merupakan integrasi ekonomi global. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia, diproyeksikan menjadi salah satu negara yang memiliki andil besar dalam pertumbuhan global antara 2006 – 2020

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Tabel 1

*Negara-Negara yang Diperkirakan Paling Berkontribusi pada Pertumbuhan Global 2006-2020*

Cina	26,7
Amerika Serikat	15,9
India	12,2
Brasil	2,4
Rusia	2,3
Indonesia	2,3
Korea Selatan	2,1
Inggris Raya	1,9

(Foresight dalam Luthans dan Doh, 2014)

Meskipun memunculkan pro dan kontra di kalangan akademisi maupun praktisi, mau tidak mau tantangan global dalam bidang ekonomi ini akan terus menyentuh kehidupan manusia dari level makro hingga mikro. AEC (ASEAN Economic Community) merupakan salah satu dari bentuk globalisasi ekonomi pada tingkat regional ASEAN yang pada tahun 2015 mulai akan dibuka. Dengan adanya AEC, maka semakin nyata persaingan masyarakat Indonesia ke depan, tidak lagi persaingan dengan masyarakat setanah air saja, tetapi juga dengan masyarakat internasional. Mampukah masyarakat Indonesia pada umumnya dan masyarakat muslim pada khususnya bersaing dengan masyarakat dunia internasional ke depannya?

Menurut data Global Competitiveness Index 2007 – 2008 dan 2011 – 2012 yang dikeluarkan oleh World Economic Forum (lihat Hamid, 2012), Indonesia masih kalah bersaing dengan negara-negara seregioanal ASEAN lainnya seperti Singapura, Malaysia, maupun Thailand.

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Tabel 2

*Global Competitive Index 2007 – 2008 dan 2011 - 2012*

2007 – 2008		2011 – 2012	
Peringkat	Negara	Peringkat	Negara
1	United States	1	Switzerland
2	Switzerland	2	Singapore
3	Denmark	3	Sweden
4	Sweden	4	Finland
5	Germany	5	United States
6	Finland	6	Germany
7	Singapore	7	Netherlands
8	Japan	8	Denmark
9	United Kingdom	9	Japan
11	Korea, Rep.	10	United Kingdom
12	Hong Kong SAR	11	Hongkong SAR
14	Taiwan, China	13	Taiwan, China
21	Malaysia	21	Malaysia
28	Thailand	39	Thailand
54	Indonesia	56	Indonesia
68	Vietnam	65	Vietnam
71	Philippines	75	Philippines
127	Timor- Leste	131	Timor Leste
131	Chad	142	Chad

(Hamid, 2012)

Indonesia sebagai negara yang didominasi oleh orang Islam seharusnya menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia mendatang. Namun, faktanya orang Islam di Indonesia masih menunjukkan kontribusi yang kurang optimal dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Banyak hal yang memungkinkan terjadi, di antaranya pandangan hidup sebagai orang Islam sendiri yang kurang atau bahkan tidak tepat. Motivasi dalam rangka

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

memenuhi kebutuhannya dari level individu hingga agregat masih sekedar terbatas pada urusan duniawi.

Hal ini tidak hanya terjadi di Indonesia tetapi di hampir semua negara Muslim. Pertumbuhan ekonomi umat Islam sendiri masih kalah bersaing dengan negara-negara yang sekuler. Di tambah dengan tingkat moralitas yang jauh dari gambaran ideal sebagai negara Islam. Masih banyaknya korupsi, misalnya, masih menjadi kendala dalam negara-negara yang mayoritas muslim. Pada level yang lebih mikro, banyak usaha-usaha maupun lembaga keuangan yang konon berlabelkan Islam ternyata pun tidak sepenuhnya Islami bahkan jauh dari nilai Islam itu sendiri. Hal ini menjadi kekhawatiran tersendiri bagi orang Islam pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

Faktor psikologis manusia menjadi kajian penting dalam kehidupan ekonomi dewasa ini dan menjelang era globalisasi ekonomi yang semakin nyata di masa mendatang. Bagaimanapun, pelaku-pelaku kegiatan ekonomi itu sendiri merupakan manusia yang memiliki kemampuan kognitif, afektif, dan konatif serta spiritual. Oleh karena itu, makalah ini berfokus pada kajian psikologi manusia dalam perspektif Psikologi Islam sebagai daya dorong pertumbuhan ekonomi global. Makalah ini bertujuan untuk mendapatkan model faktor psikologi manusia dalam mendorong pertumbuhan ekonomi global.

## PEMBAHASAN

### Psikologi Islam dan Ekonomi : Dinamika Akal dan Nafsu Manusia

Manusia memiliki empat domain dalam dirinya, yaitu *qalb*, *ruh*, *nafs*, dan *aql* (Al-Ghazali, 2012). Salah satu dari keempatnya adalah *nafs* atau nafsu yang mana merupakan salah satu potensi manusia yang cenderung pada tabiatnya pada sesuatu yang bermanfaat untuk dirinya dalam rangka menjaga kelangsungan hidupnya (Jauzy, 2004). Salah satu urusan manusia adalah kehidupan ekonominya, karena hal tersebut berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan manusia.

Meskipun demikian, *nafs* dalam pengertiannya sebagai nafsu bukan jiwa, merupakan bagian dari diri manusia yang perlu dikendalikan. Karena sifatnya yang cenderung menjauh Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

dari apa yang diperintahkan oleh Allah SWT dan lebih senang mendekati syahwat (Al-Ghazali, 2012), maka dengan sifatnya itu, nafsu menjadi bagian dari diri manusia yang sebenarnya tercela jika digunakan secara berlebihan (Jauzy, 2004).

Tabiat manusia dengan nafsunya lebih mudah didominasi oleh kejahatan, sehingga jika manusia mengandalkan nafsunya dalam kehidupan berekonomi maka kelak pun Allah SWT akan menghancurkannya (Ibnu Khaldun, 2013). Dengan kata lain, dorongan ekonomi yang lebih didominasi oleh nafsu lebih akan mendatangkan kehancuran. Oleh karena itu, manusia secara naluriah sebenarnya merupakan makhluk yang selalu berbuat kebaikan dalam posisinya sebagai makhluk yang berakal (Ibnu Khaldun, 2013).

Akal manusialah yang dapat membentengi manusia dari dominasi nafsu, karena sifatnya yang cenderung untuk memikirkan sebab akibat sebelum suatu perbuatan dilakukan, berbeda dengan nafsu yang selalu menuntut untuk dipenuhi pada saat itu juga tanpa mempertimbangkan akibat yang mungkin didapatkannya (Jauzy, 2004). Akal diciptakan Allah SWT sebagai potensi manusia untuk mengetahui ilmu-ilmu mengenai hakikat-hakikat perkara, dan dengan ilmu inilah manusia dikatakan sebagai orang yang alim atau berilmu (Al-Ghazali, 2012).

Allah SWT menciptakan agama dan budi pekerti luhur untuk mendampingi akal (Jauzy, 2004), sehingga keberadaan agama dan budi pekerti luhur tidak bisa dipisahkan dari fungsi akal manusia. Akal inilah yang membedakan manusia dengan binatang. Akal dan nafsu memang akan selalu bertentangan (Jauzy, 2004). Akal seharusnya selalu berada pada posisi untuk mengendalikan nafsu, bukan sebaliknya. Jika nafsu yang lebih mendominasi manusia daripada akal, maka apa bedanya manusia dengan binatang? Padahal manusia lebih mulia daripada binatang.

Ekonomi yang dihidupkan dengan nafsu, tidak ubahnya seperti kehidupan ekonomi rimba, siapa yang kuat maka dia yang akan menang. Itulah yang mungkin terjadi pada sistem ekonomi kapitalis. Beberapa ahli pun berpendapat bahwa globalisasi ekonomi pada hakikatnya merupakan kapitalisme global zaman baru (Hamid, 2012). Ekonomi Kapitalis yang mendasarkan pada ilmu ekonomi konvensional mendasarkan pada asumsi dasar bahwa manusia merupakan *homo economicus* yang berindak rasional atas semua pilihannya,

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.



menjadikan manusia didorong oleh *self-interest* dan kemampuan untuk mengambil keputusan (The Royal Swedish Academy of Science, 2002). Kahneman dan Thaler (2006) menjelaskan bahwa pilihan rasional dibimbing oleh adanya *utility* atau memaksimalkan nilai guna.

Manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dari sumber daya yang terbatas, sehingga manusia perlu melakukan pilihan dengan cara yang rasional (Al Arif dan Amalia, 2014). Asri (2013) menyebutkan bahwa rasionalitas manusia memiliki ciri-ciri seperti selalu berfikir sebelum memutuskan, mempunyai preferensi, mampu untuk memilih alternatif yang dipandanginya terbaik di antara pilihan-pilihan yang tersedia, mampu memperhatikan semua informasi, mampu mengevaluasi dan membandingkan informasi, dan mampu mencari jawaban berdasarkan hasil analisis rasional atas informasi-informasi tersebut.

Frank (lihat Karim, 2014) menyebutkan ada dua jenis rasionalitas, yaitu *self interest rationality* (rasionalitas kepentingan pribadi) dan *present-aim rationality*. *Self interest rationality* di mana jenis ini berpendapat bahwa manusia memenuhi kebutuhannya dalam rangka untuk tujuan-tujuan tertentu yang paling tidak mencakup prestise, persahabatan, cinta, kekuasaan, menolong sesama, penciptaan karya seni, dan lain sebagainya. Sedangkan *present-aim rationality* memandang bagaimana manusia menyesuaikan preferensinya (di mana preferensi tersebut harus konsisten) terhadap aksioma-aksioma tertentu. Ekonomi konvensional lebih menitik beratkan pada hasil (*outcome*) daripada proses, yang mana disebut sebagai *experienced utility* yang mengarah pada pengalaman yang bersifat hedonik (Kahneman dan Thaler, 2006).

Meskipun prinsip rasionalitas tersebut menjadi motif yang penting bagi manusia, tetapi pada kenyataannya manusia juga didorong oleh motif lain yang mana rasionalitas (dalam konteks ilmu ekonomi) ini tidak dapat menjelaskan hal tersebut, di sinilah letak fokus *behavioral economics* di mana manusia dapat mengalami *cognitive errors* (Frank, 2008), atau biasa disebut sebagai anomali (Kahneman dan Thaler, 2006). Pada kenyataannya manusia pun dapat melakukan pilihannya melalui cara berpikir yang heuristik (Kahneman, 2011).

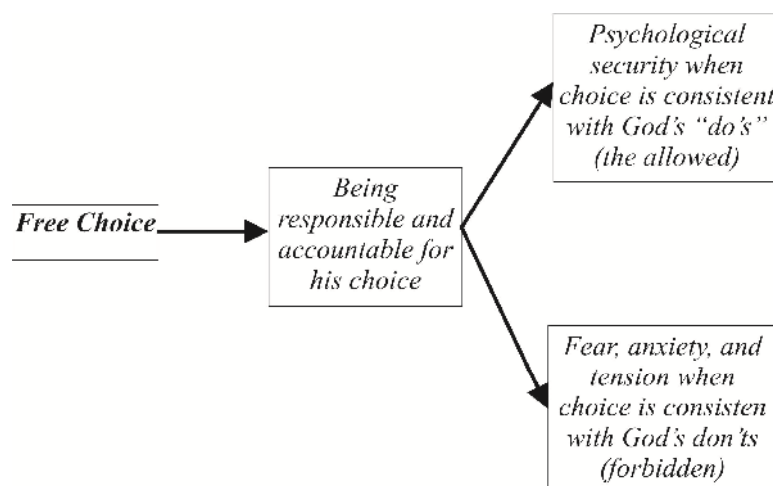
Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.



### *Basic Motive*

Keilmuan psikologi kontemporer tampaknya berasumsi bahwa manusia merupakan makhluk yang hanya didorong oleh kebutuhan yang bersifat duniawi saja, sehingga aspek-aspek psikologis seperti kognitif, afektif, dan konatif menjadi tumpuan dasar dalam memahami perilaku manusia. Asumsi ini tampaknya hampir senada dengan prinsip rasionalitas yang dikemukakan oleh ilmu ekonomi. Freud, misalnya, manusia selalu mengejar kenikmatan atau *pleasure* dan berusaha menghindari kesengsaraan atau *pain* (Riyono, 2012). Pada titik ini, terlihat adanya kesamaan antara asumsi rasionalitas ekonomi dan *The Pleasure Principle* dari Freud, yaitu untuk mengejar kepuasan duniawi atau kepuasan nafsu.

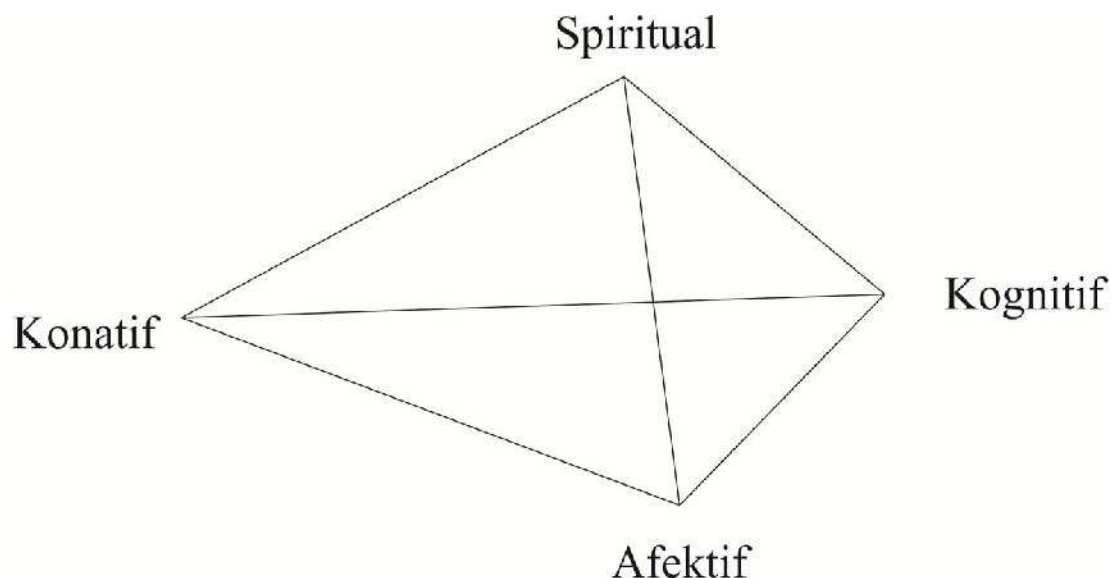
Kebebasan memilih pada ekonomi dan psikologi modern tampaknya lebih didasarkan pada kebebasan nafsu bukan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Manusia sebagai makhluk yang memiliki kebebasan untuk memilih didasarkan pada *basic motive* berupa *iman* yang akan dapat mendorong dalam melakukan pemilihan yang tepat, tetapi sebagai seorang yang beriman seharusnya mampu meyakini bahwa setiap pilihan terdapat konsekuensinya masing-masing di akhirat kelak (Alawneh, 2009).



Gambar 2. Relasi di antara *iman* dan konsekuensi dari perilaku manusia (Alawneh, 2009)

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Tidak cukup manusia hanya memiliki tiga aspek psikologi saja, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Motif yang akan menggerakkan motivasi pada dasarnya dalam Islam tidak terlepas dari pembahasan mengenai asal manusia, tujuannya, dan hubungannya dengan sesama manusia juga Penciptanya (Alawneh, 2009). Maka aspek spiritual diperlukan dalam memengaruhi pilihan manusia tersebut. Riyono (2012) menggambarkan interaksi keempatnya sebagai berikut



Gambar 3. Filosofi mengenai “*integrated human faculties*” atau manusia sebagai “*spiritual being*” (Riyono, 2012)

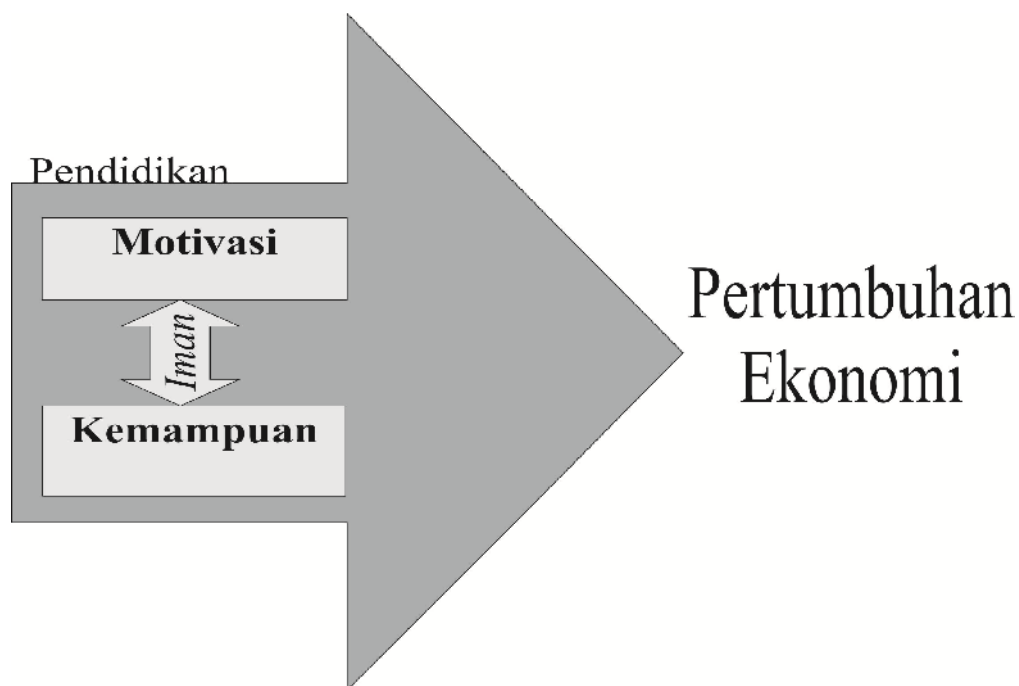
Aspek kognitif menjadi aspek yang penting bagi manusia, karena faktor kognisi tidak dapat terlepas dari unsur *knowledge* yang menjadi potensi manusia dalam mengetahui hal-hal yang baik dan jahat, benar dan salah, *halal* dan *haram* (Alawneh, 2009). Tentu saja aspek kognitif ini harus berkaitan dengan aspek spiritual untuk mengetahui sisi transendental manusia. Meskipun spiritual dan unsur kegamaan atau religiusitas dianggap berbeda, tetapi dalam Islam, dua hal tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Dua aspek psikologi manusia tersebut di atas, selain berinteraksi satu sama lain juga berinteraksi dengan aspek afektif sebagai kepekaan emosional dan konatif sebagai bentuk tindakan manusia.

*Iman* sebagai menjadi *basic motive* yang penting bagi manusia dalam mengupayakan kegiatan ekonominya dari produksi, distribusi, dan konsumsi, karena jika tidak maka akan

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

berakibat pada akibat buruk di dunia dan akhirat. Kekuatan *iman* inilah yang akan mencondongkan manusia pada kecenderungannya pada dorongan nafsu atau dorongan akal.

Selanjutnya, motif dasar tersebut akan menjadi motivasi yang mana menurut ahli ekonomi Islam Umer Chapra (1999) merupakan hal yang penting dalam mewujudkan sistem ekonomi yang baik, tetapi tidak cukup motivasi, perlu dibarengi dengan kemampuan, dan juga perlunya pengaturan dua hal tersebut. Oleh karena itu, penulis mengajukan konsep model faktor psikologi manusia dalam mendorong perekonomian global sebagai berikut



Gambar 4. Model faktor psikologi manusia dalam mendorong pertumbuhan perekonomian global

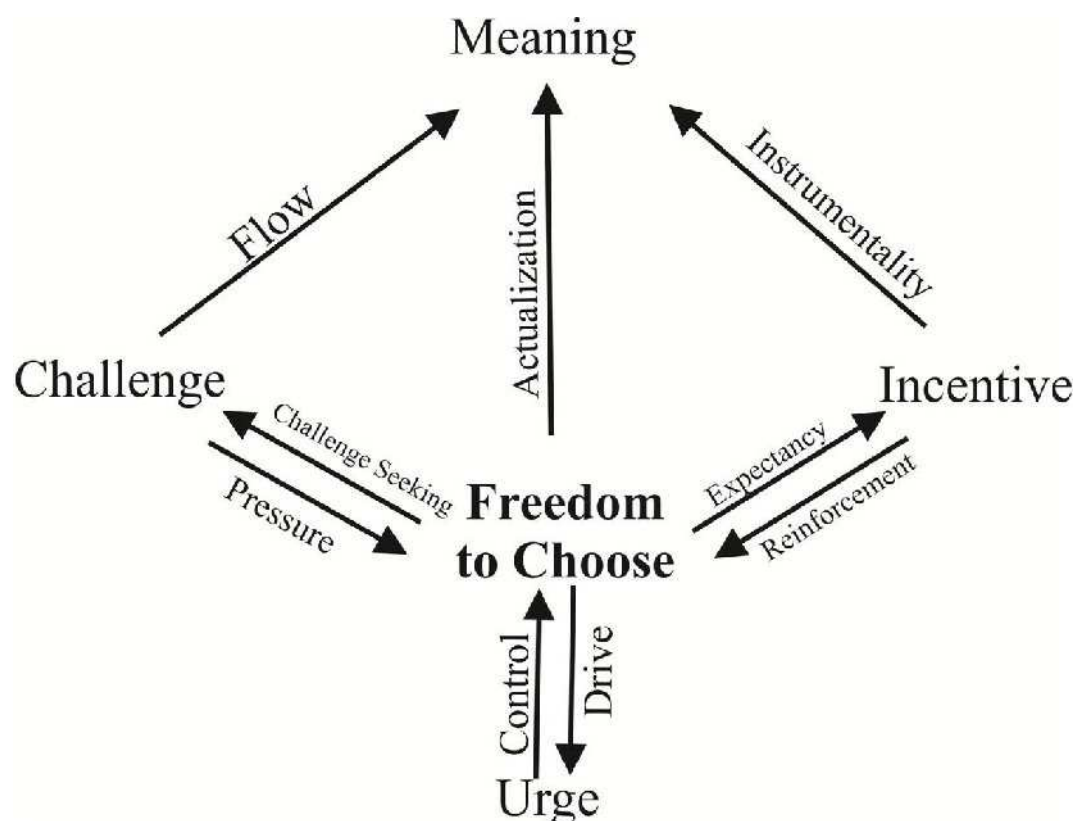
#### Motivasi dan Kebebasan Memilih

Motivasi merupakan konsep dasar yang melalui secara virtual perilaku maupun kehidupan manusia (Alawneh, 2009). Perilaku manusia didorong oleh suatu alasan, termasuk dalam pemenuhan kebutuhannya. Motivasi dan kebutuhan merupakan dua hal yang saling terkait satu sama lain, yang mana motivasi itu sendiri muncul akibat adanya ketidakteraturan

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

biologis maupun psikologis dalam diri manusia, yang mana ruh ketidakteraturan tersebut adalah kebutuhan (Taufiq, 2006).

Motivasi juga mengatur jumlah sumber daya yang dialokasikan, arah atau tujuan sumber daya yang dialokasikan, dan kegigihan dari alokasi serta arah dari waktu ke waktu (Erez, 1997). Lebih lanjut, Erez (1997) juga mengemukakan bahwa motivasi dapat memengaruhi pemilihan, tindakan, dan kinerja. Riyono (2012) mengemukakan model motivasi manusia yang didasarkan pada paradigma Psikologi Islam sebagai berikut



Gambar 5. *The Human Motivation Model* (Riyono, 2012)

Penjelasan mengenai tema-tema dalam *The Human Motivation Model* dapat dijelaskan melalui tabel 3 sebagai berikut

Tabel 3

*Rangkuman tema-tema dalam dinamika motivasi*

Tema	Konstruk	Karakteristik Psikologis
------	----------	--------------------------

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

<i>Urge</i>	<i>Instinct</i>	Dorongan yang mendesak-desak dari dalam diri individu untuk melakukan sesuatu
	<i>Need Deprivation</i>	
	<i>Revenge</i>	
	<i>Interest</i>	
<i>Freedom to choose</i>	<i>Autonomy</i>	Kondisi yang dirasakan oleh individu yang memberikan dorongan untuk bertindak tanpa tergantung orang lain
	<i>Independence</i>	
	<i>Self-Determination</i>	
	<i>Self-Regulation</i>	
<i>Challenge</i>	<i>Difficult goal</i>	Stimulasi yang memberikan atau berasal dari pihak lain yang memancing atau menekan seorang individu untuk bergerak meresponnya
	<i>Demand</i>	
	<i>Inequity</i>	
	<i>Trust</i>	
	<i>Responsibility</i>	
	<i>Competition</i>	
<i>Incentive</i>	<i>Reward</i>	Sesuatu yang diperoleh sebagai hasil dari perilaku yang menimbulkan daya tarik yang memicu perilaku lebih lanjut.
	<i>Constructive feedback</i>	
	<i>Support</i>	
	<i>Achievement</i>	
<i>Meaning</i>	<i>Enjoyment</i>	Suatu nilai yang terkandung dalam pilihan perilaku tertentu, sehingga perilaku tersebut dirasakan berharga untuk dilakukan
	<i>Self-efficacy</i>	
	<i>Self-Actualization</i>	
	<i>Contribution</i>	
	<i>Valance</i>	

(Riyono, 2012)

Kebebasan memilih pada manusia (*freedom to choose*) selalu dibayang-bayangi oleh adanya *urge* atau keinginan manusia. Manusia memiliki pilihan untuk dikendalikan atau mengendalikan *urge*. Orang yang korupsi, misalnya, *urge* mengendalikan dirinya sehingga bertindak seperti itu. Semakin dekat seseorang dengan *urge*-nya maka semakin jauh pula dengan *meaning*-nya, sehingga kehidupannya lebih banyak dikendalikan oleh hawa nafsunya.

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Begitu juga ketika individu dihadapkan pada tantangan, misalnya krisis ekonomi, maka bagi individu yang menganggap krisis tersebut sebagai tekanan akan semakin terpuruk, tetapi jika menganggapnya sebagai peluang maka akan menghadapi tantangan tersebut. Pada suatu titik ketika individu menikmati tantangan maka individu dapat berada dalam kondisi *flow* karena semakin mendekati pula dengan *meaning*. Di sisi lain, individu juga dipengaruhi dan memengaruhi *incentive* baik sebagai penguatan terhadap dirinya, atau sebagai bentuk *expectancy*. Bagaimanapun *incentive* merupakan instrumen untuk meningkatkan kinerja bukan tujuan itu sendiri.

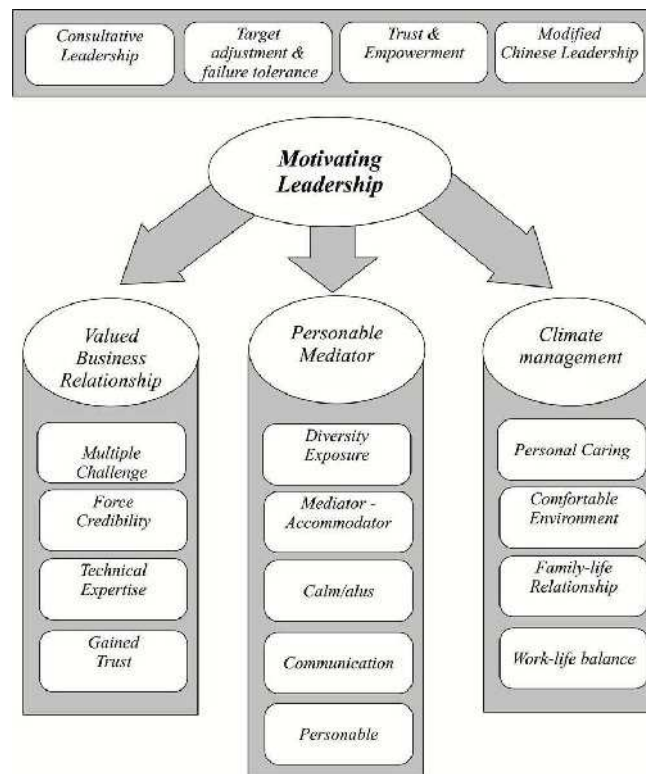
Penulis berpendapat bahwa *urge* dalam *The Human Motivation Model* yang dikemukakan oleh Riyono (2012) di atas lebih mendekati dengan pengertian nafsu dan akal manusia lebih berada pada potensi *freedom to choose*-nya. Sehingga dalam posisi tersebut jelaslah bagaimana posisi manusia untuk berusaha mengendalikan nafsunya dalam rangka mendapatkan aktualisasi ke arah *meaning*, di mana *meaning* inilah yang menurut Riyono (2012) akan berhubungan langsung dengan Tuhan (*God*). Dengan kata lain, sistem ekonomi yang manusiawi yang berdasarkan akal akan mendorong manusia untuk mempertimbangkan kebaikan dan lebih memikirkan sebab akibat yang lebih panjang tidak sekedar pada pemenuhan saat ini saja di dunia.

### Faktor Kemampuan

Ibnu Khaldun (2013) menyampaikan bahwa mahalnnya harga-harga barang di suatu tempat bukan disebabkan oleh kelangkaan sumber daya alamnya, tetapi lebih disebabkan oleh faktor keahlian warganya. Jelaslah bahwa faktor kemampuan sangat diperlukan dalam persoalan ini untuk mengantarkan suatu bangsa pada kemakmuran ekonomi. Indonesia misalnya, meskipun kaya akan sumber daya alam (SDA), tetapi karena miskinnya keahlian warganya maka lebih banyak dieksploitasi oleh bangsa lain.

Keahlian dalam hal *skill* tidak terbatas pada hal-hal teknis saja tetapi juga pada wilayah-wilayah manajerial. Penelitian dari Panggabean, Murniati, dan Tjitra (2013) menyebutkan bagaimana kompetensi yang dibutuhkan dalam kerja-kerja global (khususnya bagi orang Indonesia). Hal tersebut digambarkan sebagai berikut

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.



Gambar 6. Kompetensi lintas budaya Orang Indonesia dalam Kelompok Kerja Asia (Panggabean, Murniati, dan Tjitra, 2013)

Gambar 6 di atas dapat memberikan suatu gambaran bagaimana kompetensi yang dibutuhkan oleh orang Indonesia dalam kancah global (menurut penelitian tersebut). Meskipun perlu dikritisi bagaimana penelitian ini menggunakan sampel yang kurang representatif dengan melibatkan partisipan orang Indonesia keturunan Cina tetapi kurang untuk orang Indonesia etnis lain. Namun, penelitian ini paling tidak memberikan gambaran bagaimana orang Indonesia dapat berkompetisi di kancah global (terutama Asia). Misalnya, dalam penelitian tersebut, kultur kekeluargaan yang dibangun oleh orang Indonesia memiliki potensi yang cukup baik di kancah global untuk diterima dalam lingkungan kerja global, karena dengan ini para pemimpin Indonesia pada perusahaan multinasional mampu memberikan bentuk kepemimpinan yang bersifat kebapakan yang mana mengedepankan budaya *consultative* dalam mencapai tujuan bersama.

Kompetensi global orang Indonesia di atas bisa disinergikan dengan kompetensi yang dibutuhkan melalui nilai-nilai Islam. Dalam Islam sendiri memandang bahawa globalisasi merupakan suatu kenyataan yang harus diterima dengan keberanian (Hafidhuddin

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.



dan Tandjung, 2006). Tantangan terhadap manusia ini dijelaskan oleh Allah SWT melalui ayat-Nya dalam Al-qur'an sebagai berikut :

*“Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Mahateliti.”* (QS Al-Hujurat (49) : 13).

Hafidhuddin dan Tandjung (2006) menjelaskan bahwa dalam ayat tersebut manusia diperintahkan untuk saling mengenal satu sama lain dari suku lain maupun dari bangsa lain. Lebih lanjut, dalam menghadapi globalisasi tersebut, manusia diminta untuk bertakwa kepada Allah SWT, di mana takwa berarti kekuatan iman, pengetahuan, dan persaudaraan.

Kompetensi dasar tersebut seharusnya pula tercermin dalam akhlak yang sesuai dalam ajaran Islam yang tercermin dalam diri Rasulullah SAW. Akhlak-akhlak tersebut adalah (Hafidhuddin dan Tandjung, 2006).

1. *Siddiq*. Benar dan jujur serta menghindari kebohongan dalam segala urusan.
2. *Creative, brave, dan self confidence*, tiga hal tersebut merupakan modal dasar dalam menemukan peluang, prospek, dan berorientasi masa depan. Tiga hal tersebut merupakan penggabungan dari sifat *amanah* dan *fathanah* yang sering diartikan sebagai transparan, tepat waktu, dan bervisi.
3. *Tabligh*. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan tepat kepada rekan kerja.
4. *Istiqmah*. Keberlanjutan secara terus-menerus dalam menerapkan nilai-nilai di atas.

Kemampuan secara manajerial dan keterampilan (*skill*) perlu menjadi daya dorong personal umat Islam untuk dapat bersaing dalam tingkat global, sehingga kesemuanya merupakan tugas-tugas yang perlu dipenuhi oleh orang Islam pada saat ini dan mendatang dalam mengejar ketertinggalan. Pendidikan merupakan wilayah realistis untuk memenuhi kemampuan tersebut.

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

## Pendidikan : Wilayah Realistis

Pendidikan menjadi faktor terpenting yang akan memfasilitasi pemenuhan motivasi dan kemampuan dalam rangka untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Reza dan Widodo (2013) menunjukkan bahwa peran pendidikan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah. Pendidikan sangat berperan dalam laju pertumbuhan ekonomi tersebut, karena dapat terkait dengan peningkatan motivasi dan pemenuhan kemampuan-kemampuan, misalnya penguasaan IPTEK.

Persoalannya memang dewasa ini adalah bahwa pendidikan pun menjadi ladang ekonomi yang semakin mempersulit masyarakat dengan ekonomi bawah untuk mengenyam pendidikan dalam rangka mengubah nasib keluarganya. Paradigma bahwa manusia sebagai *human capital* yang menganggap bahwa individu harus mengupayakan pendidikan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi tidak selamanya tepat, karena terkadang persoalan ekonomis dalam pendidikan di luar kemampuan individu (Tirtosudarmo, 2007). Sehingga menjadi tugas pemerintah dan juga masyarakat untuk mengusahakan ini.

Pendidikan merupakan wilayah yang realistis dalam rangka untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, karena aspek kognitif, afektif, konatif, dan spiritual manusia dapat diasah. Pendidikan yang penulis maksud, bukan sekedar pendidikan formal di sekolah tetapi juga pendidikan informal, misalnya kursus, pelatihan, hingga ceramah keagamaan sekalipun. Pesolan pendidikan yang terkait dengan ilmu pengetahuan juga akan terkait dengan paradigma yang diajarkan (Purwanto, 2007). Sehingga, tugas ke depan bagi Psikologi Islam adalah bagaimana meletakkan paradigma yang tepat sehingga pemenuhan *basic need* individu terpenuhi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia pada umumnya dan umat Islam pada khususnya. Baik pada sektor pemerintah, perusahaan, pasar, jasa keuangan, hingga rumah tangga.

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Allah SWT mengetahui yang manusia butuhkan, karena Dia-lah yang menciptakan manusia, karena itu Allah SWT menjadikan Islam yang bersumber pada kebenaran wahyu dari-Nya yang selaras, sejalan, dan sesuai dengan kebutuhan sepanjang hidup manusia (Hafidhuddin, 2003). Oleh karena itu, dalam pemenuhan kebutuhan manusia seharusnya didorong oleh akal bukan nafsu. Akal yang didampingi oleh agama dan budi perkerti luhur akan menguatkan keimanan sebagai *basic motive* bukannya sekedar *self interest* seperti pada ekonomi konvensional, terutama ekonomi kapitalis yang akan mewujudkan dirinya dalam globalisasi ekonomi yang diinginkan oleh negara-negara maju.

*Basic motive* inilah yang akan menjadi dasar dalam motivasi manusia dalam menggunakan potensi kebebasan memilihnya. Sehingga dalam melakukan kegiatan ekonomi berupa produksi, distribusi, dan konsumsi dalam rangka mendorong perekonomian global manusia melakukannya dalam rangka untuk beribadah kepada Allah SWT. Konsekuensinya adalah adanya kepedulian terhadap diri sendiri, sesama manusia, dan juga agama bukan sekedar untuk memuaskan nafsu diri sendiri.

Kompetensi pun perlu dimiliki dalam kancah persaingan global, sehingga manusia tidak hanya memiliki motivasi saja. Kompetensi yang dimaksud dalam Islam adalah kompetensi untuk saling mengenal dalam *muammalah* dan ketakwaan yang akan mendorong kemampuan manajerial dan keterampilan yang dibutuhkan dalam kancah global. Bagaimanapun seorang pelaku ekonomi global tidak harus selalu menjadi “pengikut” mitra kerjanya ketika berada di luar budaya asalnya, tetapi perlu membangun interaksi yang baik (Bildstein, Gueldenberg, dan Tjitra, 2013).

### Saran

Ke depan kajian integrasi antara Psikologi Islam dan ekonomi masih perlu diperdalam dan diperluas lagi. Termasuk perannya dalam kancah global serta perannya bersama dengan khasanah islamisasi keilmuan lainnya, terutama Ekonomi Islam, sehingga dapat melahirkan suatu produk real bagi terwujudnya masyarakat yang berakhlak Islami. Tulisan ini mungkin

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

masih jauh dari sempurna, tetapi paling tidak memberikan suatu stimulasi intelektual, terutama bagi kajian Psikologi Islam ke depan.

### Daftar Pustaka

- Alawneh, S.F. (2009). Human Motivation : An Islamic Perspective. Dalam Haque, A. dan Mohamed, Y. (Ed). *Psychology of Personality : Islamic Perspectives*. Singapore : Cengage Learning
- Al Arif, N.R. dan Amalia, E. (2014). *Teori Mikro Ekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta : Kencana
- Al-Ghazali. (2012). *Ihya' 'Ulumiddin : Menghidupkan Kembali Ilmu-Ilmu Agama* (Penerjemah : Ibnu Ibrahim Ba'adillah). Jakarta : Republika Penerbit
- Al-Qur'anulkarim Terjemah Tafsir Per Kata. (2010). Bandung : Sygma Publishing
- Asri, M. (2013). *Keuangan Keperilakuan*. Yogyakarta : BPFE
- Bildstein, I., Gueldenberg, S., dan Tjitra, H. (2013). Effective leadership of knowledge workers: results of an intercultural business study. *Management Research Review*, 36 (8), 788-804
- Chapra, M.U. (1999). *Islam dan Tantangan Ekonomi : Islamisasi Ekonomi Kontemporer* (Penerjemah : Nur Hadi Ihsan dan Rifqi Amar). Surabaya : Risalah Gusti
- Deci, E.L. dan Ryan, R.M. (2008). From Ego Depletion to Vitality: Theory and Findings Concerning the Facilitation of Energy Available to the Self. *Social and Personality Psychology Compass*, 2/2, 702–717
- Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter. (2014). Laporan Kebijakan Moneter - Triwulan I 2014. (Online). Diakses tanggal 13 November 2014 dari alamat <http://www.bi.go.id/id/publikasi/kebijakan-moneter/tinjauan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter---Triwulan-I-2014.aspx>
- Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

- Erez, M. (1997). A Culture-Based Model of Work Motivation. Dalam Earley, P.C. dan Erez, M. (Ed.). *New Perspectives on International Industrial/Organizational Psychology*. San Fransisco : The New Lexington Press
- Frank, R.H. (2008). *The Economic Naturalist : Why Economics Explains Almost Everything*. London : Virgin Books Ltd.
- Hafidhuddin, D. dan Tandjung, H. (2006). *Shariah Principles on Management in Practice*. Jakarta : Gema Insani Press
- Hafidhuddin, D. (2003). *Islam Aplikatif*. Jakarta : Gema Insani Press
- Hamid, E.S. (2012). *Dinamika Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta : UII Press
- Jauzy, I. (2004). *Ketika Nafsu Berbicara* (Penerjemah : Wawan Djunaedi Soffandi). Jakarta : Cendikia Sentra Muslim
- Kahneman, D. dan Thaler, R.H. (2006). Anomalies : Utility Maximazation and Experienced Utility. *Journal of Economic Perspectives*, 20 (1), 221-234
- Kahneman, D. (2011). *Thinking Fast and Slow*. London : Penguin Books
- Karim, A.A. (2014). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Khaldun, I. (2013). *Mukaddimah* (Penerjemah : Masturi Irham, Malik Suprar, dan Abidun Zuhri). Jakarta : Pustaka Al-Kautsar
- Luthans F. dan Doh, J.P. (2014). *Manajemen Internasional : Budaya, Strategi, dan Perilaku* (Edisi 8, Buku 1) (Penerjemah : Dien Mardiyah). Jakarta : Salemba Empat
- Nellis, J.G. dan Parker, D. (2000). *The Essence of The Economy* (Penerjemah : Antik Tri Susanti). Yogyakarta : Penerbit Andi
- Panggabean, H., Murniati, J., dan Tjitra, H. (2013). Profiling intercultural competence of indonesians in Asian workgroups. *International Journal of Intercultural Relations*, 37, 86–98
- Prasetyo, P.E. (2012). *Fundamental Makro Ekonomi*. Yogyakarta : Beta Offset
- Purwanto, Y. (2007). *Epistemologi Psikologi Islam : Dialektika Pendahuluan Psikologi Barat dan Psikologi Islam*. Bandung : Refika Aditama
- Rehman, S.S. dan Askari, H. (2010). How Islamic are Islamic Countries? *Global Economy Journal*, 10 (2)
- Reza, F. dan Widodo, T. (2013). The Impact of Education on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 28 (1), 23-44
- Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

- Riyono, B. (2012). *Motivasi dengan Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta : Quality Publishing
- Taufiq, M.I. (2006). *Panduan Lengkap dan Praktis Psikologi Islam* (Penerjemah : Sari Narulita). Jakarta : Gema Insani Press
- The Royal Swedish Academy of Science. (2002). *Foundations of behavioral and Experimental Economics*. Tidak dipublikasikan : Advanced information oh the Prize in Economics Sciences 2002, 17 Desember 2002
- Tirtosudarmo, R. (2007). *Mencari Indonesia : Demografi-Politik Pasca Soeharto*. Jakarta : LIPI Press

Hamzah, I.F. (2014). Faktor Psikologis Manusia dalam Mendorong Perekonomian Global : Perspektif Psikologi Islam. Dalam Wuriana, N. (Ed.) *Segenggam Benih Psikologi Islam*. Depok : P21 Forum Ukhuwah dan Studi Islam Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.