

---

## Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Yuhendo Pratama Putra<sup>1\*</sup>, Muhammad Safarudin<sup>2</sup>, Muhammad Firjatullah<sup>3</sup>, Yusuf Bachtiar<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>UIN Raden Intan Lampung, indonesia

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131

\*Korespondensi penulis: [Putraando09@gmail.com](mailto:Putraando09@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to comprehensively analyze consumer behavior from an Islamic perspective by examining its fundamental principles, consumption ethics, and masalah-oriented framework within Islamic economics. The research employs a qualitative approach using a library research method. Data were collected from relevant academic literature, including scholarly books, national and international journal articles, and other scientific documents related to consumption, consumerism, and Islamic economics. Data analysis was conducted using content analysis through stages of data reduction, thematic categorization, interpretation, and systematic conclusion drawing. The findings reveal that consumer behavior in Islam is not merely aimed at fulfilling material needs and maximizing satisfaction, but is directed toward achieving masalah, encompassing material, spiritual, social, and moral balance. Islamic consumption principles include consuming halal and thayyib goods, practicing moderation (iqtishad), avoiding israf and tabzir, prioritizing needs based on the hierarchy of daruriyyat, hajiyyat, and tahsiniyyat, and integrating social responsibility in wealth utilization. These findings indicate that the Islamic consumption framework is highly relevant as an alternative paradigm for promoting ethical, proportional, and sustainable consumption in response to modern consumerism.*

**Keywords:** *Islamic consumption, consumer behavior, maqashid sharia, masalah, Islamic economics*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif perilaku konsumsi dalam perspektif Islam dengan menelaah prinsip-prinsip dasar, etika konsumsi, serta orientasi masalah yang mendasarinya dalam kerangka ekonomi Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan, meliputi buku akademik, artikel jurnal nasional dan internasional, serta dokumen ilmiah lainnya terkait konsumsi, konsumerisme, dan ekonomi Islam. Teknik analisis data dilakukan menggunakan content analysis melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tematik, interpretasi, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam tidak semata-mata bertujuan memenuhi kebutuhan material dan memaksimalkan kepuasan, tetapi diarahkan pada pencapaian masalah yang mencakup keseimbangan aspek material, spiritual, sosial, dan moral. Prinsip konsumsi Islami meliputi konsumsi barang halal dan thayyib, penerapan moderasi (iqtishad), larangan israf dan tabzir, prioritas kebutuhan berdasarkan hierarki daruriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat, serta integrasi tanggung jawab sosial dalam penggunaan harta. Temuan ini menegaskan bahwa konsep konsumsi Islami relevan sebagai alternatif paradigma konsumsi yang lebih etis, proporsional, dan berkelanjutan dalam menghadapi budaya konsumerisme modern.

**Kata Kunci:** konsumsi Islam, perilaku konsumsi, maqashid syariah, masalah, ekonomi Islam

### 1. LATAR BELAKANG

Konsumsi merupakan salah satu aktivitas ekonomi fundamental yang melekat dalam kehidupan manusia sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hidup. Dalam teori ekonomi konvensional, perilaku konsumsi umumnya dipahami sebagai tindakan rasional individu

untuk memaksimalkan utilitas atau kepuasan melalui penggunaan barang dan jasa berdasarkan preferensi pribadi serta keterbatasan anggaran yang dimiliki. Paradigma ini menempatkan manusia sebagai homo economicus yang berorientasi pada optimalisasi kepuasan material, sehingga konsumsi sering kali dipandang sebagai aktivitas individualistik yang bersifat bebas nilai (Ahmed, 2021). Dalam praktiknya, orientasi utilitarian tersebut mendorong berkembangnya pola konsumsi modern yang cenderung materialistik, hedonistik, dan konsumtif, terutama di tengah sistem ekonomi kapitalistik yang menempatkan konsumsi sebagai indikator utama kesejahteraan ekonomi (Bakti et al., 2020).

Perkembangan globalisasi, digitalisasi ekonomi, serta penetrasi media sosial semakin memperkuat budaya konsumerisme dalam masyarakat modern. Kemudahan akses terhadap produk melalui e-commerce, promosi digital yang agresif, serta munculnya fenomena lifestyle branding telah menggeser pola konsumsi masyarakat dari berbasis kebutuhan menuju pemenuhan keinginan dan simbol status sosial. Kondisi ini mendorong lahirnya perilaku konsumtif berlebihan yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan pada dorongan psikologis, gengsi sosial, dan pencitraan diri (Shinta, 2018). Dalam konteks masyarakat Muslim, fenomena tersebut menjadi tantangan serius karena berpotensi mengikis nilai-nilai spiritual dan etika konsumsi yang diajarkan dalam Islam.

Berbeda dengan pendekatan ekonomi konvensional, Islam memandang konsumsi bukan sekadar aktivitas ekonomi untuk memperoleh kepuasan material, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Konsumsi dalam Islam berorientasi pada pencapaian masalah, yaitu kemanfaatan menyeluruh yang mencakup aspek material, spiritual, individual, dan sosial. Oleh karena itu, aktivitas konsumsi harus dilandasi oleh prinsip halal dan thayyib, keseimbangan (iqtishad), larangan israf dan tabzir, serta mempertimbangkan kemaslahatan jangka panjang bagi individu maupun masyarakat (Furqani, 2017). Perspektif ini menegaskan bahwa tujuan konsumsi dalam Islam tidak berhenti pada utility semata, tetapi diarahkan untuk mencapai falah, yakni kesejahteraan dunia dan akhirat.

Lebih lanjut, konsep konsumsi Islam juga erat kaitannya dengan kerangka maqashid syariah sebagai tujuan utama syariat dalam menjaga kemaslahatan manusia. Dalam kerangka ini, aktivitas konsumsi harus mendukung pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta melalui prioritas kebutuhan yang berjenjang mulai dari daruriyyat, hajjiyyat, hingga

tahsiniyyat (Zaimsyah & Herianingrum, 2019). Dengan demikian, keputusan konsumsi seorang Muslim tidak hanya mempertimbangkan aspek preferensi pribadi, tetapi juga harus memperhatikan nilai moral, tanggung jawab sosial, serta dampaknya terhadap keberlanjutan kehidupan. Pendekatan ini menjadikan perilaku konsumsi dalam Islam lebih komprehensif dan berorientasi etis dibandingkan model konsumsi konvensional.

Meskipun kajian mengenai konsumsi Islami telah banyak dibahas dalam literatur ekonomi syariah, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pemaparan normatif mengenai prinsip-prinsip konsumsi Islam tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan dinamika konsumerisme modern dan transformasi perilaku konsumsi di era digital. Penelitian yang ada juga cenderung membahas konsumsi Islami secara parsial, misalnya hanya pada aspek halal-haram atau larangan israf, tanpa mengintegrasikan seluruh prinsip konsumsi dalam kerangka maqashid syariah sebagai suatu sistem perilaku ekonomi yang utuh (Hamdi, 2022). Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan konseptual dalam literatur terkait bagaimana etika konsumsi Islam dapat diposisikan sebagai respons strategis terhadap tantangan konsumerisme kontemporer.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif konsep perilaku konsumsi dalam Islam dengan menelaah prinsip-prinsip dasar, etika, serta orientasi maslahat yang mendasarinya dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi relevansi nilai-nilai konsumsi Islami dalam menghadapi fenomena konsumerisme modern, khususnya dalam konteks masyarakat yang semakin terdigitalisasi dan terdorong oleh budaya konsumtif. Dengan pendekatan kajian pustaka, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman konseptual yang lebih sistematis mengenai konstruksi perilaku konsumsi Islami sebagai alternatif paradigma konsumsi kontemporer.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah literatur ekonomi Islam, khususnya dalam pengembangan teori perilaku konsumen berbasis maqashid syariah dan konsep masalah. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat Muslim dalam membangun pola konsumsi yang lebih etis, proporsional, dan berorientasi keberkahan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi akademisi, praktisi ekonomi syariah, serta lembaga pendidikan dalam merumuskan strategi

edukasi literasi konsumsi Islami yang relevan dengan tantangan ekonomi modern (Rozalinda, 2015; Chapra, 2000).

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Konvensional**

Dalam ekonomi konvensional, konsumsi dipahami sebagai aktivitas penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia yang bertujuan memperoleh tingkat kepuasan atau utilitas maksimum. Teori konsumsi konvensional berangkat dari asumsi bahwa individu merupakan agen rasional yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasan dengan mempertimbangkan preferensi subjektif dan keterbatasan anggaran yang dimiliki. Pendekatan ini menempatkan utilitas sebagai tujuan utama konsumsi, sehingga keputusan konsumsi sepenuhnya ditentukan oleh kemampuan individu dalam mengalokasikan sumber daya ekonomi secara efisien untuk memenuhi preferensi pribadinya (Mankiw, 2021). Dalam kerangka ini, perilaku konsumen dipandang bebas nilai dan tidak terikat pada norma moral maupun pertimbangan spiritual.

Orientasi konsumsi berbasis utilitas dalam ekonomi konvensional turut mendorong berkembangnya budaya konsumerisme modern, yaitu pola konsumsi yang tidak lagi berfokus pada pemenuhan kebutuhan esensial, tetapi pada pemuasan keinginan tanpa batas. Konsumerisme berkembang seiring kemajuan kapitalisme, industrialisasi, dan strategi pemasaran modern yang mendorong individu untuk terus mengonsumsi demi mempertahankan status sosial, identitas, maupun kepuasan psikologis (Bakti et al., 2020). Dalam konteks ini, konsumsi tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi, tetapi juga simbol gaya hidup dan instrumen pencitraan sosial. Akibatnya, perilaku konsumsi modern kerap diwarnai sikap materialistik, hedonistik, dan pemborosan yang berpotensi menimbulkan ketimpangan sosial serta kerusakan moral.

### **Konsep Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Berbeda dengan ekonomi konvensional, ekonomi Islam memandang konsumsi sebagai bagian dari aktivitas muamalah yang memiliki dimensi spiritual, moral, dan sosial. Konsumsi dalam Islam bukan hanya bertujuan memenuhi kebutuhan biologis dan memperoleh kepuasan material, tetapi juga sebagai sarana ibadah untuk mendukung pelaksanaan fungsi manusia

sebagai khalifah di muka bumi. Oleh karena itu, aktivitas konsumsi harus dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah dan diarahkan untuk mencapai kemaslahatan hidup dunia dan akhirat (Chapra, 2000).

Dalam perspektif Islam, kepuasan konsumsi tidak diukur semata berdasarkan utility, tetapi berdasarkan tingkat masalah yang dihasilkan dari aktivitas konsumsi tersebut. Masalah merujuk pada segala bentuk manfaat yang mendukung terpeliharanya tujuan syariat (maqashid syariah), yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan demikian, keputusan konsumsi dalam Islam tidak hanya mempertimbangkan manfaat individual jangka pendek, tetapi juga dampak moral, sosial, dan spiritual secara menyeluruh (Furqani, 2017).

### **Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam**

Perilaku konsumsi seorang Muslim dibatasi oleh seperangkat prinsip normatif yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta ijtihad ulama. Salah satu prinsip utama adalah keharusan mengonsumsi barang yang halal dan thayyib, yakni barang yang diperbolehkan secara syariat serta baik bagi kesehatan dan kemanfaatan manusia. Prinsip ini menegaskan bahwa tidak semua barang yang bernilai ekonomis dapat dikonsumsi apabila bertentangan dengan ketentuan agama (Qardhawi, 2001).

Prinsip berikutnya adalah kesederhanaan (iqtishad), yaitu kewajiban bersikap moderat dalam konsumsi dan menghindari perilaku berlebihan (israf) maupun pemborosan (tabzir). Islam menolak pola konsumsi ekstrem baik dalam bentuk konsumsi berlebihan maupun sikap terlalu menahan diri secara tidak proporsional. Konsumsi harus dilakukan secara seimbang sesuai kebutuhan, kemampuan, dan mempertimbangkan hak sosial orang lain (Hamdi, 2022). Prinsip ini menunjukkan bahwa Islam menekankan efisiensi dan tanggung jawab dalam penggunaan sumber daya ekonomi.

Selain itu, konsumsi dalam Islam juga harus didasarkan pada prinsip moralitas dan tanggung jawab sosial. Setiap aktivitas konsumsi dipandang memiliki konsekuensi sosial, sehingga seorang Muslim tidak dibenarkan hidup dalam kemewahan ketika di sekitarnya masih terdapat masyarakat yang mengalami kesulitan ekonomi. Oleh karena itu, Islam mendorong integrasi antara konsumsi pribadi dan kepedulian sosial melalui zakat, infak, dan sedekah sebagai instrumen redistribusi kesejahteraan (Rozalinda, 2015).

### **Hierarki Kebutuhan dalam Konsumsi Islam**

Islam mengenal klasifikasi kebutuhan konsumsi berdasarkan tingkat urgensinya dalam kerangka maqashid syariah, yaitu daruriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat. Daruriyyat merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi untuk menjaga kelangsungan hidup dan agama, seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, pendidikan dasar, dan kesehatan. Hajiyyat merupakan kebutuhan sekunder yang mendukung kenyamanan hidup, sedangkan tahsiniyyat adalah kebutuhan pelengkap yang bersifat penyempurna atau estetis (Zaimsyah & Herianingrum, 2019).

Klasifikasi tersebut menjadi pedoman dalam menentukan prioritas konsumsi seorang Muslim. Islam mengajarkan agar pemenuhan kebutuhan dilakukan secara bertahap berdasarkan tingkat urgensi dan kemanfaatannya, sehingga individu tidak terjebak dalam konsumsi berlebihan pada kebutuhan tersier ketika kebutuhan primer belum terpenuhi secara optimal. Hierarki kebutuhan ini juga berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri terhadap dorongan konsumtif yang tidak rasional.

### **Konsumsi Islami sebagai Respons terhadap Konsumerisme Modern**

Fenomena konsumerisme modern yang ditandai oleh budaya belanja berlebihan, gaya hidup hedonis, serta konsumsi berbasis citra sosial menunjukkan perlunya penerapan paradigma konsumsi Islami sebagai alternatif model perilaku ekonomi yang lebih berkelanjutan dan beretika. Konsumsi Islami hadir sebagai pendekatan korektif terhadap dominasi paradigma utilitarian dalam ekonomi modern dengan menempatkan moralitas, spiritualitas, dan tanggung jawab sosial sebagai elemen inti dalam keputusan konsumsi (Bahri, 2019).

Dalam konteks ekonomi digital, penerapan prinsip konsumsi Islami menjadi semakin relevan mengingat kemudahan transaksi online, maraknya promosi impulsif, dan budaya flexing yang mendorong perilaku konsumtif masyarakat. Oleh sebab itu, internalisasi nilai-nilai konsumsi Islami diperlukan agar masyarakat Muslim mampu bersikap selektif, proporsional, dan bertanggung jawab dalam menghadapi dinamika ekonomi modern tanpa kehilangan orientasi syariah dalam aktivitas ekonominya.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research), yaitu metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan, penelaahan, dan analisis berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji secara konseptual dan teoritis perilaku konsumsi dalam Islam melalui eksplorasi mendalam terhadap literatur ekonomi Islam, teori konsumsi, serta kajian mengenai etika konsumsi dan maqashid syariah. Penelitian kepustakaan memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman komprehensif mengenai konstruksi teoritis perilaku konsumsi Islami berdasarkan sumber-sumber ilmiah yang kredibel (Moleong, 2019).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder yang berasal dari berbagai literatur ilmiah, meliputi buku akademik, artikel jurnal nasional dan internasional, prosiding ilmiah, serta dokumen pendukung lain yang relevan dengan tema perilaku konsumsi, konsumerisme, ekonomi Islam, dan maqashid syariah. Literatur yang dipilih merupakan sumber yang memiliki keterkaitan substantif dengan fokus penelitian dan diprioritaskan berasal dari publikasi ilmiah yang memiliki reputasi akademik baik, sehingga dapat mendukung validitas konseptual penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, dan mengklasifikasikan berbagai referensi yang relevan berdasarkan tema pembahasan penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui tahapan seleksi literatur, pembacaan kritis, pencatatan konsep utama, serta pengelompokan data berdasarkan kategori teoritis seperti prinsip konsumsi Islam, perilaku konsumerisme, konsep masalah, dan maqashid syariah.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (content analysis), yaitu metode analisis yang dilakukan dengan menelaah secara mendalam isi literatur untuk mengidentifikasi pola, konsep, tema, serta hubungan antargagasan yang berkaitan dengan perilaku konsumsi dalam Islam. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, penyajian data dalam bentuk kategorisasi tematik, dan penarikan kesimpulan secara interpretatif berdasarkan sintesis berbagai pandangan teoritis yang ditemukan dalam literatur (Sugiyono, 2022).

Untuk menjaga validitas dan kredibilitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai pendapat dan hasil penelitian dari beragam referensi ilmiah guna memperoleh pemahaman yang objektif dan komprehensif

terhadap konsep konsumsi dalam Islam. Melalui pendekatan tersebut, hasil penelitian diharapkan mampu menyajikan analisis konseptual yang sistematis, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik mengenai perilaku konsumsi Islami dalam perspektif ekonomi Islam.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil telaah literatur yang dilakukan, ditemukan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam dibangun di atas paradigma kemaslahatan yang berbeda secara fundamental dengan teori konsumsi dalam ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya dipandang sebagai tindakan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai ketentuan syariat. Oleh karena itu, orientasi utama konsumsi seorang Muslim bukanlah maksimalisasi utilitas, melainkan optimalisasi masalah yang mencakup manfaat material, spiritual, sosial, dan moral secara seimbang (Furqani, 2017).

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa perilaku konsumsi Islami didasarkan pada sejumlah prinsip normatif yang menjadi pedoman dalam menentukan keputusan konsumsi. Prinsip-prinsip tersebut meliputi kehalalan dan kebaikan barang yang dikonsumsi, keseimbangan dalam pengeluaran, prioritas kebutuhan berdasarkan tingkat urgensi, serta tanggung jawab sosial dalam penggunaan harta. Prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam tidak bersifat bebas nilai, tetapi terikat pada kerangka etika dan tujuan syariah yang lebih luas.

Untuk memperjelas karakteristik utama perilaku konsumsi Islami, berikut disajikan ringkasan hasil identifikasi prinsip konsumsi dalam Islam:

**Tabel 1.** Identifikasi Prinsip Konsumsi Dalam Islam

Prinsip Konsumsi Islami	Deskripsi	Implikasi Perilaku Konsumen
Halal dan Thayyib	Konsumsi harus berasal dari barang yang halal dan baik	Konsumen selektif terhadap produk
Iqtishad (Moderasi)	Konsumsi dilakukan secara seimbang dan proporsional	Menghindari pemborosan dan kikir
Larangan Israf	Dilarang berlebih-lebihan dalam konsumsi	Menekan gaya hidup konsumtif
Larangan Tabzir	Dilarang menyia-nyiakan harta	Mendorong efisiensi penggunaan sumber daya
Prioritas Kebutuhan	Mendahulukan daruriyyat daripada hajjiyyat/tahsiniyyat	Konsumsi berbasis skala prioritas
Tanggung Jawab Sosial	Memperhatikan hak orang lain dalam penggunaan harta	Integrasi konsumsi dan solidaritas sosial

Sumber: Diolah dari Qardhawi (2001), Rozalinda (2015), Hamdi (2022)

Selain itu, hasil kajian menunjukkan bahwa konsep kepuasan dalam konsumsi Islam tidak diukur dari banyaknya barang yang dikonsumsi, tetapi dari besarnya kemanfaatan dan keberkahan yang diperoleh dari aktivitas konsumsi tersebut. Dengan demikian, konsumsi yang bernilai ibadah dan memberikan manfaat luas dipandang lebih utama daripada konsumsi berlebihan yang hanya menghasilkan kepuasan material sesaat. Perspektif ini memperlihatkan bahwa Islam mengintegrasikan dimensi spiritual ke dalam perilaku ekonomi individu.

### **Pembahasan**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsep perilaku konsumsi dalam Islam memiliki perbedaan mendasar dibandingkan teori konsumsi konvensional. Jika ekonomi konvensional menempatkan utility maximization sebagai tujuan utama aktivitas konsumsi, maka Islam menempatkan masalah sebagai orientasi tertinggi dalam pengambilan keputusan konsumsi. Perbedaan ini menandakan bahwa rasionalitas dalam ekonomi Islam tidak hanya berbasis pertimbangan ekonomi semata, tetapi juga mencakup rasionalitas moral dan spiritual. Temuan ini sejalan dengan penelitian Furqani (2017) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam harus dipahami dalam kerangka moral economy, yaitu sistem ekonomi yang mengintegrasikan efisiensi ekonomi dengan tanggung jawab etis.

Lebih lanjut, prinsip halal dan thayyib dalam konsumsi menegaskan bahwa preferensi konsumen Muslim dibatasi oleh norma syariah. Dalam perspektif ini, tidak semua barang yang memiliki utilitas ekonomi otomatis layak dikonsumsi apabila bertentangan dengan ketentuan agama. Temuan ini memperkuat argumentasi Qardhawi (2001) bahwa Islam membangun

struktur permintaan pasar yang unik karena membatasi konsumsi pada barang-barang yang halal dan bermanfaat. Dengan demikian, teori preferensi konsumen dalam Islam tidak sepenuhnya mengikuti asumsi kebebasan preferensi sebagaimana dalam ekonomi neoklasik.

Prinsip moderasi (*iqtishad*) dan larangan terhadap *israf* serta *tabzir* juga menunjukkan bahwa Islam menolak pola konsumsi berlebihan yang lazim ditemukan dalam budaya konsumerisme modern. Dalam konteks ekonomi kontemporer, budaya konsumtif semakin diperkuat oleh digital marketing, media sosial, serta fenomena *flexing* yang mendorong individu untuk menjadikan konsumsi sebagai alat pencitraan sosial. Kondisi ini selaras dengan temuan Shinta (2018) yang menjelaskan bahwa modernisasi dan *fast fashion* telah mempercepat internalisasi budaya konsumerisme berbasis simbol status. Oleh sebab itu, penerapan prinsip konsumsi Islami menjadi instrumen penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif masyarakat Muslim di era digital.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa hierarki kebutuhan dalam Islam memberikan kerangka prioritas konsumsi yang lebih sistematis dibandingkan teori kebutuhan umum dalam ekonomi konvensional. Konsep *daruriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyyat* mendorong individu untuk mengalokasikan sumber daya berdasarkan tingkat urgensi kebutuhan, bukan sekadar preferensi subjektif. Hal ini memperkuat penelitian Zaimsyah dan Herianingrum (2019) yang menegaskan bahwa *maqashid syariah* berfungsi sebagai alat pengendali perilaku ekonomi agar tetap berada dalam koridor kemaslahatan. Dengan adanya hierarki kebutuhan tersebut, Islam secara implisit menyediakan mekanisme pengendalian diri terhadap perilaku konsumsi impulsif.

Dari perspektif sosial, konsumsi dalam Islam juga tidak dipandang sebagai aktivitas individual semata, melainkan memiliki dimensi sosial yang kuat. Seorang Muslim dituntut untuk mempertimbangkan kondisi masyarakat sekitar dalam keputusan konsumsinya. Oleh karena itu, konsumsi yang berlebihan ketika masih terdapat kesenjangan sosial dipandang bertentangan dengan nilai keadilan distributif dalam Islam. Temuan ini sejalan dengan Rozalinda (2015) yang menyatakan bahwa konsumsi Islami harus terintegrasi dengan instrumen redistribusi sosial seperti zakat, infak, dan sedekah agar tercipta keseimbangan kesejahteraan dalam masyarakat.

Dalam konteks yang lebih luas, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa perilaku konsumsi Islami memiliki relevansi tinggi sebagai alternatif paradigma ekonomi

berkelanjutan. Di tengah meningkatnya isu overconsumption, krisis lingkungan, dan ketimpangan distribusi sumber daya global, prinsip konsumsi Islam menawarkan model konsumsi etis yang menekankan efisiensi, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Temuan ini mendukung pandangan Chapra (2000) bahwa sistem ekonomi Islam memiliki kapasitas normatif untuk menjadi solusi terhadap berbagai distorsi yang dihasilkan oleh sistem ekonomi modern yang terlalu berorientasi pada materialisme.

Dengan demikian, perilaku konsumsi dalam Islam bukan sekadar konsep normatif keagamaan, tetapi merupakan sistem perilaku ekonomi yang komprehensif, rasional, dan aplikatif dalam menjawab tantangan ekonomi modern. Implementasi nilai-nilai konsumsi Islami berpotensi membentuk masyarakat yang lebih seimbang secara ekonomi, adil secara sosial, dan berkelanjutan secara moral maupun lingkungan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kajian literatur dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dalam perspektif Islam merupakan aktivitas ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan material dan pencapaian kepuasan individu, tetapi juga mengandung dimensi spiritual, moral, dan sosial yang terintegrasi dalam kerangka ibadah kepada Allah SWT. Berbeda dengan paradigma ekonomi konvensional yang menitikberatkan pada maksimalisasi utility, konsumsi dalam Islam diarahkan pada pencapaian masalah sebagai bentuk kemanfaatan menyeluruh yang mencakup keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi, individu dan masyarakat, serta aspek material dan spiritual.

Prinsip konsumsi Islami dibangun di atas fondasi normatif berupa keharusan mengonsumsi barang yang halal dan thayyib, penerapan sikap moderat (iqtishad), larangan terhadap perilaku israf dan tabzir, penetapan prioritas kebutuhan berdasarkan hierarki daruriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat, serta integrasi tanggung jawab sosial dalam penggunaan harta. Keseluruhan prinsip tersebut menunjukkan bahwa Islam menawarkan sistem perilaku konsumsi yang komprehensif, etis, dan berorientasi keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya ekonomi.

Di tengah berkembangnya budaya konsumerisme modern, digitalisasi pasar, dan meningkatnya tekanan gaya hidup konsumtif dalam masyarakat, konsep konsumsi Islami

terbukti memiliki relevansi tinggi sebagai alternatif paradigma konsumsi yang lebih berimbang dan berkelanjutan. Penerapan nilai-nilai konsumsi Islami dapat menjadi instrumen pengendali terhadap perilaku konsumsi berlebihan sekaligus membentuk pola konsumsi masyarakat yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan berkeadilan sosial. Dengan demikian, konsumsi dalam Islam tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter ekonomi yang bermoral dan berorientasi falah.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar masyarakat Muslim meningkatkan pemahaman dan internalisasi terhadap prinsip-prinsip konsumsi Islami dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam menghadapi arus konsumerisme modern yang semakin intensif melalui media digital dan perkembangan teknologi pemasaran. Literasi mengenai konsumsi berbasis maqashid syariah perlu diperkuat agar masyarakat mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta dapat mengambil keputusan konsumsi secara lebih bijaksana dan proporsional.

Bagi lembaga pendidikan, institusi keuangan syariah, serta otoritas terkait, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merumuskan program edukasi dan kampanye literasi ekonomi Islam yang menekankan pentingnya perilaku konsumsi etis, moderat, dan bertanggung jawab sebagai bagian dari pembangunan ekonomi umat yang berkelanjutan. Penguatan edukasi ini penting untuk membentuk budaya ekonomi syariah yang tidak hanya berfokus pada aspek transaksi, tetapi juga pada pembentukan perilaku ekonomi masyarakat secara menyeluruh.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan kajian empiris mengenai implementasi perilaku konsumsi Islami pada berbagai kelompok masyarakat, baik berdasarkan generasi, tingkat pendapatan, maupun intensitas penggunaan teknologi digital, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih kontekstual mengenai penerapan prinsip konsumsi Islam dalam realitas sosial kontemporer. Penelitian lanjutan juga dapat mengembangkan model pengukuran perilaku konsumsi Islami berbasis maqashid syariah sebagai instrumen analisis yang lebih aplikatif dalam studi ekonomi Islam.

## DAFTAR REFERENSI

- Ahmed, K. (2021). *Economic development in an Islamic framework*. In K. Ahmed (Ed.), *Studies in Islamic economies*. Leicester Islamic Economic Foundation.
- Bakti, I. S., Anismar, A., & Amin, K. (2020). Pamer kemewahan: Kajian teori konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 14(1), 81–98.
- Bahri, S. A. (2019). Etika konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), 145–160.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Islamic Foundation.
- Furqani, H. (2017). Consumption and morality: Principles and behavioral framework in Islamic economics. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 30(Special Issue), 89–102. <https://doi.org/10.4197/Islec.30-SI.8>
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan etika konsumsi Islam: Tinjauan maqashid syariah. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1–15. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.12000>
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Qardhawi, Y. (2001). *Norma dan etika ekonomi Islam* (Z. Arifin & D. Husin, Trans.). Gema Insani Press. (Original work published 1422 H)
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Rajawali Pers.
- Shinta, F. (2018). Kajian fast fashion dalam percepatan budaya konsumerisme. *Jurnal Rupa*, 3(1), 61–76.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. (2019). Tinjauan maqashid syariah terhadap konsumsi. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 138–155.