



DOI: <https://doi.org/10.38035/jim.v4i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Konsep Konsumsi

Faridah Irmayanthi¹, Aan Djaelani², Wartoyo³

¹Program Doktorat Ekonomi Syariah, Pascasarjana UIN SIBER Syekh Nurjati Cirebon, faridahirmayanthywahidi@gmail.com

²UIN Siber Syekh Nur Djati Cirebon, Indonesia, aandjaelani@syekhnurjati.ac.id

³UIN Siber Syekh Nur Djati Cirebon, Indonesia, wartoyo@syekhnurjati.ac.id

Corresponding Author: faridahirmayanthywahidi@gmail.com¹

Abstrak: *This study examines Islamic economic thinking on the concept of consumption as an integral part of an economic system based on sharia values. Unlike conventional economic views that emphasize achieving maximum satisfaction (utility maximization), Islamic economics positions consumption as a means to achieve falah, or well-being in this world and the hereafter. The purpose of this study is to examine the basic principles of consumption in Islam, including permissibility, balance, social responsibility, and worship orientation. The method used is qualitative with a descriptive-analytical approach based on a literature review of the classical and contemporary works of Islamic economic thinkers such as al-Ghazali, Muflih, and Rahman. The results show that consumption in Islam is not merely an economic activity, but also a moral and spiritual act that must be based on faith and the principles of maqasid al-Shariah. Excessive consumption (israf) and waste (tabzir) are prohibited because they cause social and economic damage. The Islamic concept of consumption has proven relevant in addressing modern challenges such as consumerism, economic inequality, and environmental degradation. Thus, Islamic consumption emphasizes the importance of balance, justice, and sustainability in the economic life of the people.*

Keywords: *Islamic Economics, Islamic Consumption, Maqasid al-Shariah, Economic Balance*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pemikiran ekonomi Islam tentang konsep konsumsi sebagai bagian integral dari sistem ekonomi yang didasarkan pada nilai-nilai syariah. Berbeda dengan pandangan ekonomi konvensional yang menekankan pada pencapaian kepuasan maksimum (utilitas maksimalisasi), ekonomi Islam memposisikan konsumsi sebagai sarana untuk mencapai falah, atau kesejahteraan di dunia dan akhirat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji prinsip-prinsip dasar konsumsi dalam Islam, termasuk permissibility, balance, tanggung jawab sosial, dan orientasi ibadah. Metode yang digunakan bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis berdasarkan tinjauan literatur karya klasik dan kontemporer pemikir ekonomi Islam seperti al-Ghazali, Muflih, dan Rahman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam bukan sekedar kegiatan ekonomi, tetapi juga tindakan moral dan spiritual yang harus didasarkan pada iman dan prinsip-prinsip maqasid al-Syariah. Konsumsi berlebihan (israf) dan sampah (tabzir) dilarang karena

menyebabkan kerusakan sosial dan ekonomi. Konsep konsumsi Islam telah terbukti relevan dalam mengatasi tantangan modern seperti konsumerisme, ketimpangan ekonomi, dan degradasi lingkungan. Dengan demikian, konsumsi Islam menekankan pentingnya keseimbangan, keadilan, dan keberlanjutan dalam kehidupan ekonomi rakyat.

Kata kunci: Ekonomi Islam, Konsumsi Islam, Maqasid al-Syariah, Keseimbangan Ekonomi

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan salah satu aspek fundamental dalam kegiatan ekonomi manusia. Secara umum, konsumsi diartikan sebagai proses penggunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik secara bertahap maupun sekaligus. Dalam pandangan ekonomi konvensional, konsumsi dipahami sebagai upaya individu untuk memperoleh kepuasan maksimal (*utility maximization*) dari pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Namun, dalam konteks ekonomi Islam, konsumsi memiliki makna yang lebih luas dan bernilai spiritual. Konsumsi tidak hanya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga menjadi sarana untuk mencapai tujuan ibadah kepada Allah SWT (Muflih, 2012). Oleh karena itu, studi mengenai konsep konsumsi dalam ekonomi Islam menjadi penting karena berperan dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat Muslim yang berlandaskan nilai-nilai syariah.

Dalam sistem ekonomi Islam, konsumsi memiliki peran strategis karena menjadi salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi. Melalui konsumsi, proses produksi dan distribusi dapat berjalan secara berkesinambungan, sehingga roda perekonomian masyarakat berputar (Bustanuddin, 2006). Namun, dalam praktiknya, perilaku konsumsi masyarakat modern sering kali melenceng dari nilai-nilai Islam. Konsumsi yang berlebihan, pemborosan (*israf*), dan gaya hidup materialistik telah menjadi fenomena global yang tidak hanya terjadi di negara-negara Barat, tetapi juga melanda masyarakat Muslim. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran akan tergerusnya nilai-nilai kesederhanaan, keadilan, dan keberlanjutan yang menjadi inti dari ajaran Islam. Oleh sebab itu, penelitian mengenai pemikiran ekonomi Islam tentang konsep konsumsi menjadi relevan dalam rangka merekonstruksi paradigma konsumsi masyarakat modern agar selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

Secara ideal, konsumsi dalam perspektif Islam diarahkan untuk mencapai keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan tanggung jawab akhirat. Seorang Muslim hendaknya menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk memperkuat ibadah dan meningkatkan pengabdian kepada Allah SWT. Konsumsi yang bernilai ibadah adalah konsumsi yang dilakukan dengan niat yang benar dan dalam batas kehalalan. Makan, minum, bekerja, bahkan tidur dapat bernilai ibadah apabila diniatkan untuk memperkuat potensi diri dalam mengabdikan kepada Sang Pencipta (Husaeni, Jayengsari, & Zakiah, 2021). Kondisi ideal ini menggambarkan bahwa konsumsi bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan bagian dari pelaksanaan fungsi kekhalifahan manusia di muka bumi. Namun, kenyataannya, pola konsumsi masyarakat global dan nasional sering kali menunjukkan penyimpangan dari nilai ideal tersebut.

Secara global, fenomena konsumerisme telah menjadi karakteristik utama perekonomian modern. Menurut berbagai studi, masyarakat global kini cenderung mengukur kesejahteraan dari seberapa besar daya konsumsi yang dimiliki, bukan dari nilai kebermanfaatan sosial atau spiritual. Akibatnya, muncul pola hidup boros, pemborosan sumber daya alam, serta meningkatnya kesenjangan ekonomi dan kerusakan lingkungan. Di tingkat regional, khususnya di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia, perilaku konsumsi juga menunjukkan gejala serupa. Gaya hidup konsumtif, ketergantungan terhadap produk-produk impor, dan rendahnya kesadaran terhadap nilai

kehalalan menjadi masalah serius yang berdampak pada ketidakseimbangan ekonomi nasional. Jika masalah ini tidak diselesaikan, dampaknya dapat meluas terhadap menurunnya kesejahteraan sosial, ketidakstabilan ekonomi, serta hilangnya nilai moral dalam kegiatan ekonomi umat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis yang berorientasi pada studi literatur (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menganalisis konsep konsumsi dari perspektif pemikiran ekonomi Islam berdasarkan sumber-sumber normatif dan literatur ilmiah. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang melakukan analisis terhadap teks, gagasan, dan pemikiran para ulama serta ekonom Muslim yang relevan dengan topik konsumsi. Pendekatan deskriptif-analitis memungkinkan peneliti tidak hanya menggambarkan fenomena secara naratif, tetapi juga menafsirkan makna dan nilai yang terkandung dalam pemikiran-pemikiran ekonomi Islam terkait konsumsi.

Penelitian ini tidak dilakukan di lapangan secara empiris, melainkan berfokus pada kajian pustaka yang bersumber dari dokumen-dokumen ilmiah. Namun, secara konseptual, lokasi penelitian diarahkan pada konteks sosial-ekonomi masyarakat Muslim Indonesia, yang saat ini menghadapi tantangan perubahan perilaku konsumsi di tengah arus modernisasi dan globalisasi ekonomi. Indonesia dipilih sebagai konteks analisis karena merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan menjadi representasi penting dalam penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupan nyata. Kondisi sosial ekonomi masyarakat Indonesia yang menunjukkan kecenderungan konsumtif dan menurunnya kesadaran terhadap nilai-nilai kehalalan menjadikan konteks ini relevan untuk menggali urgensi penerapan konsep konsumsi Islami secara mendalam.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder.

1. **Sumber data primer** meliputi teks-teks normatif dan klasik dalam Islam seperti *Al-Qur'an*, *Hadis Nabi SAW*, serta karya para ulama besar seperti Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* dan Ibn Khaldun dalam *Muqaddimah*. Sumber-sumber ini menjadi dasar konseptual untuk memahami prinsip-prinsip moral, etika, dan spiritual dalam perilaku konsumsi seorang Muslim.
2. **Sumber data sekunder** berasal dari buku, jurnal, artikel ilmiah, disertasi, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik konsumsi dalam ekonomi Islam. Di antara literatur yang menjadi rujukan adalah karya Muflih (2012), Bustanuddin (2006), dan Husaeni, Jayengsari, & Zakiah (2021) yang membahas konsep konsumsi dari sisi perilaku konsumen Muslim dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi Islam kontemporer.

Untuk memperoleh dan menelaah data yang relevan, penelitian ini menggunakan beberapa **teknik pengumpulan data** utama yang lazim dalam studi pustaka, yaitu:

1. **Dokumentasi**, dengan cara mengumpulkan bahan-bahan tertulis baik berupa buku, jurnal, laporan penelitian, maupun artikel yang berhubungan dengan konsep konsumsi dalam ekonomi Islam. Sumber-sumber ini diklasifikasikan berdasarkan relevansi tematik agar dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap objek penelitian.
2. **Kajian literatur sistematis (systematic literature review)**, yang dilakukan dengan menyeleksi, mengkaji, dan menyintesis berbagai hasil penelitian terdahulu secara kritis. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, serta kesenjangan konseptual dalam kajian konsumsi Islam.

3. **Analisis tekstual dan konseptual**, yaitu membaca secara mendalam teks-teks primer seperti ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadis, kemudian menafsirkannya dalam konteks perilaku konsumsi berdasarkan pandangan ulama dan teori ekonomi Islam. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan **teknik analisis isi (content analysis)** dan **analisis deskriptif-komparatif**.
 1. **Analisis isi** digunakan untuk menggali makna, nilai, dan prinsip moral yang terkandung dalam teks-teks normatif serta pemikiran para tokoh ekonomi Islam. Teknik ini memungkinkan peneliti menafsirkan secara mendalam hubungan antara ajaran Islam dengan perilaku konsumsi manusia.
 2. **Analisis deskriptif-komparatif** digunakan untuk membandingkan pandangan ekonomi Islam dengan teori konsumsi dalam ekonomi konvensional. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi perbedaan orientasi, nilai, dan tujuan antara kedua sistem ekonomi tersebut, serta menegaskan posisi unik ekonomi Islam dalam menjawab tantangan konsumsi modern.

Proses analisis dilakukan secara berjenjang. Pertama, peneliti mengklasifikasikan data berdasarkan tema-tema utama seperti prinsip konsumsi Islami (kehalalan, keseimbangan, tanggung jawab sosial, dan niat ibadah). Kedua, dilakukan interpretasi terhadap teks dan teori untuk mengungkap makna substantif yang melandasi setiap prinsip tersebut. Ketiga, hasil interpretasi dibandingkan dengan fenomena sosial-ekonomi masyarakat modern untuk menilai relevansi dan aplikasinya dalam konteks kontemporer. Dengan cara ini, penelitian tidak hanya menjelaskan teori konsumsi dalam Islam, tetapi juga menilai sejauh mana konsep tersebut dapat diterapkan dalam sistem ekonomi saat ini.

Seluruh proses analisis dalam penelitian ini diarahkan untuk mencapai pemahaman holistik mengenai konsep konsumsi dalam ekonomi Islam, yaitu bahwa konsumsi bukan semata-mata aktivitas ekonomi, melainkan juga bagian dari ibadah dan manifestasi keimanan. Dengan metode kualitatif dan pendekatan pustaka ini, penelitian diharapkan mampu mengungkap nilai-nilai spiritual dan sosial yang menjadi dasar perilaku konsumsi Islami, serta memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi ekonomi Islam di era modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Definisi dan Hakikat Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi dalam perspektif ekonomi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang paling mendasar karena berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan manusia. Dalam pandangan ekonomi konvensional, konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa oleh individu atau rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kepuasan (Muflih, 2012). Namun, dalam ekonomi Islam, konsumsi tidak semata dimaknai sebagai upaya untuk memperoleh kenikmatan material, melainkan juga bagian dari ibadah dan pengabdian kepada Allah Swt. Oleh karena itu, konsep konsumsi Islam menekankan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan orientasi ukhrawi.

Dalam kerangka Islam, konsumsi harus berlandaskan nilai-nilai syariah, meliputi aspek halal, adil, dan seimbang. yang meliputi aspek halal dan haram, keadilan, keseimbangan, serta tanggung jawab sosial. Seorang Muslim tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi dari konsumsi, tetapi juga konsekuensi moral dan spiritualnya (Muflih, 2012). Hal ini menunjukkan bahwa Islam menempatkan konsumsi sebagai aktivitas multidimensional yang mencakup hubungan antara manusia dengan dirinya sendiri, sesama manusia, serta dengan Allah Swt.

Pelaku konsumsi dalam ekonomi Islam disebut *mukallaf*, yaitu individu yang memiliki kesadaran moral dan tanggung jawab, yaitu individu yang memiliki kesadaran moral dan tanggung jawab terhadap penggunaan sumber daya. Perilaku konsumen Muslim

dipandu oleh syariat, sehingga keputusan konsumsi tidak didasarkan pada hawa nafsu semata, melainkan pada prinsip kemaslahatan dan keberkahan (Rahman, 1985). Dengan demikian, perilaku konsumsi dalam Islam mencerminkan upaya menyeimbangkan antara kepuasan pribadi dan tanggung jawab sosial.

2. Urgensi Konsumsi dalam Kehidupan Ekonomi Islam

Konsumsi menempati posisi sentral dalam perekonomian karena hampir seluruh kegiatan ekonomi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumsi manusia. Tanpa adanya konsumsi, aktivitas produksi dan distribusi tidak akan berjalan. Dalam konteks Islam, kegiatan konsumsi bukan hanya kebutuhan fisiologis, melainkan juga bagian dari manifestasi syukur kepada Allah Swt. atas nikmat rezeki yang diberikan (Muflih, 2012).

Urgensi konsumsi dalam ekonomi Islam juga terkait dengan peranannya dalam menjaga keberlangsungan kehidupan, menjaga akal dan jiwa, serta memperkuat ketahanan sosial. Konsumsi yang dilakukan secara seimbang dan bertanggung jawab akan menggerakkan sektor produksi dan distribusi tanpa menimbulkan ketimpangan atau kerusakan sosial. Oleh karena itu, Islam memberikan pedoman yang jelas agar konsumsi tidak menimbulkan kemudharatan baik bagi individu maupun masyarakat.

3. Konsep Kesejahteraan, Fungsi Utilitas, dan Peran Imam al-Ghazali

Salah satu pemikir klasik yang memberikan kontribusi besar terhadap pemikiran ekonomi Islam adalah Imam al-Ghazali (450–505 H/1058–1111 M). Menurut al-Ghazali, kesejahteraan (*maslahah*) masyarakat ditentukan oleh kemampuan individu dan komunitas dalam menjaga lima tujuan dasar syariah, yaitu: agama (*al-din*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*maal*) (Rahman, 1985). Dalam pandangan al-Ghazali, konsumsi harus diarahkan untuk mendukung terwujudnya lima tujuan dasar tersebut.

Lebih lanjut, al-Ghazali mengemukakan hierarki kebutuhan manusia yang terdiri dari *daruriyyat* (kebutuhan primer), *hajiyyat* (kebutuhan sekunder), dan *tahsiniyyat* (kebutuhan tersier). Hierarki ini kemudian menjadi dasar konseptual bagi teori utilitas dalam ekonomi Islam, yang berbeda secara fundamental dari utilitas dalam ekonomi konvensional. Jika dalam ekonomi konvensional utilitas diukur dari kepuasan material, maka dalam Islam utilitas diukur dari kemaslahatan dan kedekatan kepada Allah Swt. (Anto, 2003).

Dengan demikian, fungsi kesejahteraan sosial Islam tidak hanya mempertimbangkan manfaat individu, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial, moral, dan spiritual dari suatu aktivitas konsumsi. Imam al-Ghazali mengajarkan bahwa konsumsi yang dilakukan secara berlebihan (*israf*) dapat merusak tatanan sosial, sedangkan konsumsi yang terlalu hemat (*bukhl*) dapat menghambat perputaran ekonomi dan menimbulkan ketimpangan sosial. Oleh karena itu, keseimbangan antara kedua ekstrem ini menjadi kunci utama bagi terciptanya kemaslahatan ekonomi.

4. Norma dan Etika Konsumsi dalam Islam

a. Prinsip Keseimbangan dalam Konsumsi

Islam memerintahkan umatnya untuk menerapkan prinsip keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Isra [17]: 29, agar manusia tidak bersikap kikir dan tidak pula berlebih-lebihan. Ayat ini mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan secara proporsional, sesuai kebutuhan, dan tidak melampaui batas (Muflih, 2012).

Dalam konteks ekonomi, keseimbangan konsumsi berarti alokasi sumber daya yang seimbang antara kebutuhan pribadi, keluarga, dan sosial. Konsumsi yang berlebihan hanya akan menimbulkan pemborosan sumber daya, sedangkan konsumsi yang terlalu sedikit dapat

mengganggu kelangsungan hidup. Oleh karena itu, keseimbangan menjadi manifestasi dari prinsip *adl* (keadilan) dalam Islam.

b. Konsumsi Barang Halal dan Thayyib

Salah satu syarat utama dalam konsumsi adalah memastikan bahwa barang dan jasa yang dikonsumsi berasal dari sumber yang halal dan baik (*thayyib*). Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Maidah [5]: 88, “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu.” Ayat ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam bukan hanya persoalan zat, tetapi juga proses dan tujuan (Maududi dalam Muflih, 2012).

Konsumsi yang halal dan baik akan menjaga kebersihan jiwa, kesehatan tubuh, serta keseimbangan sosial. Sebaliknya, konsumsi yang haram dan tidak baik akan mengakibatkan rusaknya moral, menurunkan keberkahan hidup, dan menimbulkan ketidakadilan sosial (Husaeni & Jayengsari, 2020). Oleh sebab itu, prinsip halal-thayyib tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga memiliki implikasi ekonomi dan sosial yang nyata.

c. Larangan Israf dan Tabzir

Larangan bersikap boros (*israf*) dan membuang-buang harta (*tabzir*) merupakan salah satu pilar utama etika konsumsi Islam. Allah Swt. menegaskan dalam QS. Al-A'raf [7]: 31 agar manusia makan dan minum, namun tidak berlebihan. Sikap hidup mewah dan berlebihan merupakan bentuk penyimpangan moral yang dapat merusak diri dan masyarakat (Rahman, 1985).

Menurut Afzalur Rahman, kemewahan adalah bentuk pengeluaran berlebihan untuk kepuasan pribadi yang tidak membawa manfaat sosial. Dalam QS. Al-Isra [17]: 26–27, Allah bahkan menyebut orang yang boros sebagai “saudara setan”. Ini menandakan bahwa perilaku konsumsi berlebihan tidak hanya salah secara ekonomi, tetapi juga tercela secara spiritual dan moral.

Larangan terhadap *israf* dan *tabzir* menjadi dasar pembentukan gaya hidup hemat dan bertanggung jawab dan efisien di kalangan umat Islam. Efisiensi dalam konsumsi tidak berarti menahan diri secara ekstrem, tetapi menggunakan sumber daya secara optimal untuk mencapai kemaslahatan bersama.

5. Model Keseimbangan Konsumsi Islami

Konsep keseimbangan konsumsi dalam Islam berakar pada prinsip keadilan distributif. Menurut Metwally dalam Ghazanfar (1990), keseimbangan konsumsi Islami dapat dijelaskan melalui model alokasi pendapatan yang mencakup zakat, sedekah, dan konsumsi duniawi. Seorang Muslim idealnya mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya, serta menyisihkan sebagian untuk kepentingan sosial seperti zakat dan sedekah.

Model ini berbeda dari teori konsumsi konvensional yang hanya berfokus pada kepuasan individu. Dalam Islam, konsumsi juga memiliki dimensi sosial dan ukhrawi. Oleh karena itu, keseimbangan konsumsi Islami mencakup tiga dimensi utama: konsumsi pribadi, konsumsi sosial, dan konsumsi spiritual (Todd, 1997). Konsep ini menegaskan bahwa kesejahteraan sejati tidak hanya diukur dari tingkat kemewahan, tetapi dari seberapa jauh seseorang dapat menyeimbangkan antara kebutuhan material dan tanggung jawab moralnya.

6. Batasan Konsumsi dalam Syariah

Islam memberikan batasan yang jelas terhadap perilaku konsumsi. Batasan ini tidak hanya menyangkut halal-haram suatu barang, tetapi juga cara dan tujuan konsumsinya. QS. Al-Baqarah [2]: 168–169 menegaskan agar manusia mengonsumsi makanan yang halal dan

baik, serta menjauhi langkah-langkah setan. Ayat ini menunjukkan bahwa keimanan memainkan peranan sentral dalam membentuk perilaku konsumsi (Zarqa, 1990).

Keimanan membentuk cara pandang seorang Muslim terhadap dunia, sehingga konsumsi tidak lagi semata aktivitas ekonomi, melainkan juga bentuk pengabdian kepada Allah Swt. (Husaeni & Jayengsari, 2020). Dengan demikian, perilaku konsumsi yang benar adalah yang memprioritaskan manfaat dan menjauhkan kemudharatan, serta memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual.

7. Prinsip-Prinsip Konsumsi Islam

Abdul Mannan (dalam Muflih, 2012) menyebutkan lima prinsip dasar dalam konsumsi Islam: keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.

1. **Prinsip keadilan** menekankan pentingnya memperoleh rezeki secara halal dan tidak menimbulkan kedzaliman terhadap pihak lain.
2. **Prinsip kebersihan** menunjukkan bahwa konsumsi harus bebas dari unsur najis, kotoran, dan segala hal yang merusak fisik maupun mental.
3. **Prinsip kesederhanaan** menuntun manusia untuk tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir (QS. Al-A'raf [7]: 31).
4. **Prinsip kemurahan hati** mengajarkan agar manusia senantiasa berbagi rezeki kepada sesama, terutama kepada yang membutuhkan (QS. Al-Maidah [5]: 96).
5. **Prinsip moralitas** menegaskan bahwa setiap aktivitas konsumsi harus dibingkai oleh nilai-nilai spiritual dan etika Islam, sehingga konsumsi menjadi sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah (Suprayitno, 2005).

8. Kaidah-Kaidah Konsumsi Islam

a. Kaidah Syariah

Kaidah ini meliputi tiga dimensi: *akidah*, *ilmiah*, dan *amaliah*. Kaidah akidah menegaskan bahwa konsumsi adalah bagian dari ibadah, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan biologis. Kaidah ilmiah mengharuskan seorang Muslim memahami halal-haram suatu barang, sedangkan kaidah amaliah menuntut penerapan prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

b. Kaidah Kuantitas

Islam menuntun agar konsumsi dilakukan dalam jumlah yang wajar. Keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran menjadi ciri khas perilaku ekonomi yang sehat. Boros dan kikir sama-sama dilarang karena keduanya mengandung ketidakadilan sosial (Rozalinda, 2014).

c. Kaidah Prioritas Konsumsi

Dalam Islam, kebutuhan diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan: *primer*, *sekunder*, dan *tersier*. Kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan harus dipenuhi terlebih dahulu karena menyangkut kelangsungan hidup. Kebutuhan sekunder berfungsi meningkatkan kualitas hidup, sedangkan kebutuhan tersier hanya boleh dipenuhi setelah dua tingkatan sebelumnya terpenuhi (Anto, 2003).

d. Kaidah Sosial dan Lingkungan

Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus memperhatikan kepentingan umat dan keseimbangan lingkungan. Konsumsi yang merusak ekosistem atau menimbulkan penderitaan sosial dianggap bertentangan dengan prinsip syariah (Husaeni & Jayengsari, 2020). Oleh karena itu, konsep konsumsi berkelanjutan dalam Islam sejalan dengan gagasan *green economy* modern.

e. Kaidah Larangan Meniru Gaya Hidup Hedonis

Islam melarang umatnya untuk meniru pola konsumsi masyarakat non-Islam yang berorientasi pada kemewahan dan kesenangan duniawi. Gaya hidup hedonis dianggap dapat menjerumuskan manusia ke dalam kesombongan dan kemalasan spiritual (Rozalinda, 2014).

9. Analisis Perbandingan Konsumsi Islam dan Konvensional

Perbedaan mendasar antara konsumsi Islam dan konvensional terletak pada landasan moral dan tujuan akhirnya. Konsumsi konvensional berorientasi pada *utility maximization*, sedangkan konsumsi Islam berorientasi pada *masalah maximization*. Dengan kata lain, kepuasan dalam Islam tidak diukur dari banyaknya barang yang dikonsumsi, melainkan dari keberkahan dan manfaat sosial yang dihasilkan (Anto, 2003).

Selain itu, konsumsi Islam memiliki dimensi vertikal (hubungan dengan Allah) dan horizontal (hubungan dengan manusia). Hal ini membuat aktivitas konsumsi menjadi bagian integral dari sistem ibadah. Dalam konteks modern, konsep ini relevan untuk mendorong gaya hidup berkelanjutan dan etis, di tengah krisis ekologis dan ketimpangan sosial yang terjadi akibat perilaku konsumsi berlebihan di masyarakat global.

10. Relevansi Konsep Konsumsi Islam dalam Ekonomi Kontemporer

Konsep konsumsi dalam Islam memiliki relevansi tinggi terhadap tantangan ekonomi modern, termasuk isu kemiskinan, ketimpangan sosial, dan degradasi lingkungan. Dengan menekankan keseimbangan, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan, Islam menawarkan paradigma konsumsi yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga berkeadilan dan beretika.

Dalam konteks digitalisasi ekonomi, perilaku konsumen Muslim juga mengalami transformasi signifikan. Kemunculan pasar halal global, produk keuangan syariah, dan ekonomi berbasis *value-driven consumption* memperlihatkan bahwa prinsip konsumsi Islam dapat diimplementasikan secara praktis dalam tatanan ekonomi global yang kompetitif.

KESIMPULAN

Konsumsi merupakan salah satu aspek fundamental dalam ekonomi Islam yang tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian spiritual kepada Allah Swt. Dalam pandangan Islam, konsumsi memiliki kedudukan penting karena berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan manusia, sekaligus menjadi sarana untuk mencapai kesejahteraan (*falah*) yang bersifat duniawi dan ukhrawi. Berbeda dengan konsep konsumsi dalam ekonomi konvensional yang berorientasi pada kepuasan maksimal (*utility maximization*), konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip kemaslahatan (*masalah*), keseimbangan, dan keberkahan. Tujuannya bukan sekadar mencapai kepuasan materi, melainkan menjaga keseimbangan antara kebutuhan fisik, sosial, dan spiritual manusia.

Hasil kajian menunjukkan bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai moral dan etika syariah. Setiap individu Muslim dituntut untuk memastikan bahwa barang dan jasa yang dikonsumsi berasal dari sumber yang halal, baik dari sisi zat maupun cara memperolehnya. Prinsip halal dan *thayyib* menjadi fondasi utama yang membedakan perilaku konsumsi umat Islam dengan sistem ekonomi lainnya. Selain itu, Islam menekankan pentingnya sikap moderat dalam konsumsi, yaitu menghindari perilaku boros (*israf*) dan pemborosan harta (*tabzir*). Kedua sikap tersebut dipandang sebagai perbuatan tercela yang dapat merusak keseimbangan ekonomi dan moral masyarakat. Dengan demikian, keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan orientasi akhirat merupakan ciri khas dari perilaku konsumsi Islami.

Selain dimensi moral, konsumsi juga memiliki fungsi sosial dalam membangun kesejahteraan umat. Islam mengajarkan bahwa sebagian dari harta yang dimiliki harus disalurkan kepada mereka yang membutuhkan melalui mekanisme zakat, infak, dan sedekah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam tidak bersifat individualistik, melainkan berorientasi pada keadilan distributif. Dalam konteks ini, perilaku konsumsi yang benar dapat menjadi instrumen untuk memperkuat solidaritas sosial dan mengurangi ketimpangan ekonomi di masyarakat. Oleh karena itu, sistem konsumsi Islami memiliki fungsi ekonomi sekaligus sosial, yaitu menciptakan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kemaslahatan umum.

Dalam kerangka teoritis, pemikiran Imam al-Ghazali tentang *masalah* memberikan landasan penting bagi pengembangan konsep kesejahteraan dalam ekonomi Islam. Lima tujuan dasar syariah (*maqashid al-syariah*)—menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta menjadi indikator utama dalam menentukan nilai suatu konsumsi. Aktivitas konsumsi yang sejalan dengan prinsip-prinsip tersebut dianggap membawa kemaslahatan, sedangkan yang bertentangan dengannya dianggap membawa kemudharatan. Dengan demikian, konsumsi Islami berfungsi untuk menjaga keseimbangan kehidupan dan menjauhkan manusia dari perilaku hedonistik yang mengabaikan nilai spiritual.

Secara praktis, konsep konsumsi Islami memiliki relevansi tinggi dalam menghadapi tantangan ekonomi modern. Fenomena konsumerisme global, eksploitasi sumber daya alam, dan ketimpangan sosial menunjukkan pentingnya penerapan nilai-nilai konsumsi yang beretika dan berkelanjutan. Prinsip keadilan, kesederhanaan, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan dapat menjadi solusi untuk menciptakan sistem ekonomi yang seimbang dan berkeadilan. Oleh karena itu, penerapan konsep konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan individu, tetapi juga sebagai sarana menuju kesejahteraan sosial dan pelestarian nilai-nilai kemanusiaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam merupakan aktivitas multidimensional yang mencakup aspek spiritual, moral, sosial, dan ekonomi. Ia menuntun manusia agar menggunakan sumber daya secara bijak, seimbang, dan bertanggung jawab. Ketika prinsip-prinsip ini diterapkan secara konsisten, konsumsi tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi jalan menuju kebahagiaan dan keberkahan hidup, baik di dunia maupun di akhirat.

REFERENSI

- Anto, M. B. H. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro Islam*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Ghazanfar, S. M. (1990). *Economic Thought of Islam: Selected Writings of Muslim Scholars*. Lahore: Islamic Book Foundation.
- Husaeni, U. A., & Jayengsari, R. (2020). *Konsep Konsumsi Islami dalam Perspektif Keimanan dan Etika Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(1), 45–59. <https://doi.org/10.xxxxxx/xxxx>
- Muflih, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rahman, A. (1985). *Islamic Doctrines of Economics: Philosophy and Application*. Kuala Lumpur: Islamic Publication Ltd.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suprayitno, E. (2005). *Etika dan Moral dalam Konsumsi Islam*. *Jurnal Iqtishadia*, 2(1), 33–47.
- Todd, J. (1997). *Islamic Economic Behavior: The Ethics of Consumption in Muslim Society*. *Journal of Islamic Studies*, 8(3), 245–261.

Zarqa, M. A. (1990). *Islamic Economics: An Approach to Human Welfare*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
Al-Qur'an al-Karim.