

KONSEP ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM DAN IMPLEMENTASI DALAM KEHIDUPAN MODERN

Tazkia Ardianti Nada *¹

Lea Zalfa Dhyaulhaque ²

Hasna Fauziah Al Alifah ³

Nayla Mutiara Sukma ⁴

Lina Marlina ⁵

^{1,2,3,4,5} Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi

*e-mail: tazkiaardiantin@gmail.com, leazalfadhyaulhaque@gmail.com, alalifahh@gmail.com,
naylamutiara28@gmail.com, linamarlina@unsil.ac.id

Abstrak

Konsumsi adalah salah satu elemen penting dalam aktivitas ekonomi manusia. Dari sudut pandang ekonomi Islam, konsumsi lebih dari sekedar memenuhi kebutuhan fisik, melainkan juga merupakan sebuah bentuk ibadah yang memiliki aspek spiritual dan tanggung jawab sosial. Tulisan ini bertujuan untuk membahas secara mendalam konsep etika konsumsi dalam Islam, termasuk pengertian, signifikansi, tujuan, preferensi, serta prinsip-prinsip dasar konsumsi, dan bagaimana nilai-nilai ini dapat diterapkan dalam kehidupan zaman sekarang. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian pustaka dengan metode deskriptif-analitis terhadap sumber-sumber primer dalam ekonomi Islam dan literatur terbaru. Temuan dari kajian ini menunjukkan bahwa konsumsi menurut prinsip Islam yang menekankan halal, tayyib, kesederhanaan, moderasi, dan etika bisa menciptakan kesejahteraan yang menyeluruh dan berkelanjutan, serta tetap relevan untuk menghadapi tantangan dari budaya konsumerisme modern. Di tengah kemudahan berbelanja dan gaya hidup yang serba cepat, etika konsumsi Islam berfungsi sebagai pedoman untuk bersikap lebih selektif, mencegah pemborosan, dan memperkuat rasa kepedulian sosial.

Kata Kunci: etika konsumsi, ekonomi Islam, halal, masalah, kehidupan modern.

Abstract

Consumption is a crucial element in human economic activity. From an Islamic economic perspective, consumption is more than simply fulfilling physical needs; it is also a form of worship with spiritual aspects and social responsibility. This paper aims to explore in-depth the concept of ethical consumption in Islam, including its definition, significance, purpose, preferences, and basic principles, and how these values can be applied in contemporary life. The approach used is a descriptive-analytical literature study of primary sources in Islamic economics and recent literature. The findings of this study indicate that consumption according to Islamic principles, which emphasize halal (permissible), tayyib (good), simplicity, moderation, and ethics, can create comprehensive and sustainable well-being and remains relevant to address the challenges of modern consumer culture. Amidst the ease of shopping and fast-paced lifestyles, Islamic ethical consumption serves as a guide to being more selective, preventing waste, and strengthening social awareness.

Keywords: ethical consumption, Islamic economics, halal, masalah (beneficial benefit), modern life.

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan hal yang sangat penting karena posisinya sebagai salah satu pilar dalam aktivitas ekonomi individu, perusahaan, dan negara. Dengan cara yang sederhana, konsumsi dapat diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Namun, di zaman sekarang, perilaku konsumsi manusia semakin dipengaruhi oleh nilai-nilai materialisme dan hedonisme yang mendorong pencarian kepuasan tanpa batas serta mengabaikan moralitas. Kondisi ini menjadikan konsumsi sebagai salah satu masalah utama yang perlu diteliti lebih lanjut, khususnya dari sudut pandang ekonomi Islam.

Ekonomi Islam muncul sebagai pilihan alternatif yang memberikan panduan konsumsi yang berlandaskan nilai-nilai Ilahiah. Berbeda dengan ekonomi tradisional yang menempatkan kepuasan material sebagai tujuan utama, dalam Islam, konsumsi diartikan sebagai bentuk ibadah dan sarana untuk mencapai kebaikan di dunia dan akhirat. Pendekatan ini lebih dari sekadar

regulasi normatif; ia adalah sistem yang menggabungkan aspek ekonomi, spiritual, dan sosial dalam satu kesatuan yang harmonis.

Tujuan artikel ini adalah untuk menjelaskan dengan sistematis tentang konsep etika konsumsi dalam Islam, yang mencakup definisi, pentingnya, tujuan, preferensi, serta prinsip-prinsip dasarnya. Selain itu, artikel ini juga menganalisis cara nilai-nilai tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari di tengah tantangan modernisasi. Kajian ini akan menelusuri penerapan etika konsumsi Islam dalam menghadapi fenomena konsumerisme, kemudahan berbelanja secara online, dan gaya hidup instan yang makin berkembang di era kontemporer.

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah pendekatan studi literatur dengan analisis deskriptif-analitis terhadap sumber-sumber utama ekonomi Islam, buku-buku fikih, serta literatur ekonomi Islam yang lebih modern. Sumber data mencakup karya-karya klasik seperti pemikiran Al-Ghazali, praktik ekonomi yang dilakukan oleh Umar ibn al-Khaththab, dan ide-ide dari M. A. Mannan, serta artikel-artikel dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik etika konsumsi Islam.

METODE

Studi ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian pustaka. Metode ini dipilih sebagai cara utama karena penelitian ini bersifat konseptual dan normatif, yaitu untuk meneliti, menganalisis, dan menggabungkan gagasan tentang etika konsumsi dalam ekonomi Islam dari berbagai sumber literatur yang relevan, serta menghubungkannya dengan konteks kehidupan masa kini.

Data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua jenis. Pertama, data primer yang terdiri dari Al-Quran dan hadis yang menjadi dasar hukum Islam, buku-buku fikih dan ekonomi Islam klasik seperti tulisan Al-Ghazali, dan catatan kebijakan ekonomi Umar ibn al-Khaththab yang banyak tercatat dalam sejarah Islam. Kedua, data sekunder yang mencakup buku-buku ekonomi Islam modern, jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional, serta artikel dan karya ilmiah yang berhubungan dengan tema etika konsumsi Islam dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yang melibatkan identifikasi, pengumpulan, dan pencatatan data dari berbagai referensi literatur yang relevan dengan topik yang dibahas. Proses ini termasuk pencarian referensi di perpustakaan digital, basis data jurnal ilmiah, serta repositori akademik yang dapat diakses secara online.

Proses analisis data dilakukan melalui tiga langkah. Langkah pertama adalah pengurangan data, di mana data yang relevan dipilih dan yang tidak ada kaitannya dengan fokus penelitian dibuang. Langkah kedua adalah penyajian data, yaitu mengatur dan menyusun data yang telah dipilih ke dalam kerangka yang sistematis. Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan, di mana data yang telah disediakan diinterpretasikan untuk menghasilkan temuan konseptual yang menjawab pertanyaan penelitian ini. Keabsahan kajian dijaga dengan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai referensi literatur yang berbeda.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Konsumsi dalam Pandangan Islam

Istilah konsumsi berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yaitu *consumption*, yang memiliki arti menggunakan atau menghabiskan. Sesuai dengan definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang yang dihasilkan. Secara umum, konsumsi dipahami sebagai aktivitas untuk mengurangi atau membelanjakan nilai manfaat dari suatu barang atau pelayanan, baik sekaligus maupun bertahap, demi memenuhi kebutuhan. Dengan demikian, konsumsi mencakup semua pengeluaran yang dilakukan untuk mendapatkan barang dan jasa dalam periode tertentu.

Dalam pandangan ekonomi Islam, definisi konsumsi tidak berbeda jauh dari pengertian umum, namun memiliki dimensi tambahan yang sangat penting. Konsumsi pada dasarnya merupakan pengalokasian sejumlah sumber daya untuk memenuhi berbagai keperluan, baik

dalam bentuk waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktivitas tertentu maupun uang yang digunakan untuk membeli barang atau jasa. Menurut M. A. Mannan, keputusan yang diambil untuk mengalokasikan sumber daya inilah yang menciptakan fungsi permintaan, istilah lain dari konsumsi.

Yang membedakan definisi konsumsi dalam ekonomi Islam dengan ekonomi biasa adalah munculnya beberapa aspek yang tidak tertera dalam definisi umum, yaitu kehalalan dari setiap barang dan jasa yang dipakai, pelaksanaan kegiatan konsumsi yang harus sesuai dengan syariat Islam, serta orientasi konsumsi yang bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga harus memiliki nilai ibadah di hadapan Allah SWT.

B. Pengertian Konsumsi dalam Pandangan Islam

Konsumsi tidak bisa diremehkan karena tidak ada kehidupan tanpa adanya konsumsi. Al-Ghazali menjelaskan bahwa meski tujuan utama seorang Muslim adalah keselamatan di akhirat, hal ini tidak berarti bahwa ia boleh mengabaikan kewajiban-kewajiban yang bersifat duniawi. Bahkan, pencapaian dalam aktivitas ekonomi bukan hanya diinginkan, tetapi juga menjadi kebutuhan jika ingin meraih keselamatan tersebut. Pernyataan dari Al-Ghazali ini menunjukkan bahwa konsumsi memiliki peran yang sangat penting dalam keseluruhan aspek kehidupan Islam.

Umar ibn al-Khaththab sangat memahami pentingnya dan kebutuhan akan konsumsi dalam kehidupan masyarakat. Hal ini terlihat dari berbagai kebijakan ekonominya. Pertama, Umar sangat memperhatikan pemenuhan konsumsi yang layak bagi rakyatnya. Saat berkunjung ke Syam dan menemukan sejumlah masyarakat miskin yang tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar, Umar segera menetapkan jumlah makanan yang cukup bagi mereka setiap bulan. Kedua, Umar menegaskan bahwa setiap Muslim bertanggung jawab untuk memenuhi tingkat konsumsi yang wajar bagi keluarganya dan menolak sikap acuh terhadap tanggung jawab tersebut.

Ketiga, Umar pernah membatalkan pelaksanaan hukuman hadd bagi beberapa budak milik Hathib ibn Abu Balta'ah yang mencuri unta karena tuannya tidak menyediakan makanan yang memadai bagi mereka. Umar bahkan meningkatkan jumlah ganti rugi yang harus dibayar Hathib sebagai sanksi atas kelalaian tersebut. Keempat, Umar melarang puasa sepanjang tahun (puasa *dahr*) karena hal ini menghalangi seseorang dari mendapatkan konsumsi yang menjadi haknya dan merugikan dirinya sendiri. Rangkaian kebijakan ini jelas menegaskan bahwa pemenuhan konsumsi yang wajar adalah kewajiban penting yang tidak bisa diabaikan dalam Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tujuan Konsumsi: Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional

Konsumsi menurut pandangan ekonomi umum didasarkan pada prinsip-prinsip yang diajukan oleh Adam Smith, yang berakar dari interaksi tiga aspek: kebebasan, kebebasan alami, dan hukum moral. Smith menilai setiap individu sebagai sosok yang cenderung mengutamakan kepentingan pribadi. Hukum-hukum moral pun dikembangkan dalam konteks logika dan rasionalitas manusia, terlepas dari unsur wahyu. Dari situlah terbentuk prinsip konsumsi yang fokus pada pencapaian kepuasan maksimal, seperti yang diungkapkan dalam utilitarianisme oleh Jeremy Bentham. Dalam kerangka berpikir ini, konsumsi dianggap sebagai tujuan utama dalam hidup, dan kebahagiaan manusia diukur hanya dari seberapa banyak yang bisa mereka konsumsi sesuai keinginan mereka.

Sebaliknya, Islam memiliki pandangan yang mendasar berbeda tentang konsumsi. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dilihat sebagai cara penting untuk mencapai tujuan penciptaan manusia, yaitu pengabdian sepenuhnya kepada Allah, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Dzariyyat ayat 56. Islam menolak sikap berlebihan dalam konsumsi yang hanya mengikuti nafsu tanpa mempertimbangkan aspek halal-haram, sehingga dinilai mirip dengan perilaku hewan, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Muhammad ayat 12.

Oleh karena itu, tujuan konsumsi bagi seorang Muslim adalah untuk mendukung kegiatan ibadah kepada Allah. Islam mengharuskan individu untuk mengkonsumsi barang yang membantunya melaksanakan kewajiban yang ditetapkan oleh Allah. Umar ibn al-Khaththab menjelaskan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh seorang Muslim, yang berfungsi untuk

memperkuat ketaatan kepada Allah, akan memberikan efek positif: ia tidak akan terjebak dalam kenikmatan berlebihan hingga melupakan tanggung jawab di dunia, ia akan menjadi pribadi yang disiplin, tidak boros dan tidak pelit, serta terdorong untuk berbagi dengan orang-orang di sekeliling yang memerlukan.

B. Preferensi Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Preferensi konsumsi adalah kebiasaan individu dalam memilih produk atau layanan untuk dikonsumsi. Preferensi ini mencakup cara berpikir, perasaan, harapan, and sikap serta kecenderungan lainnya yang mempengaruhi pilihan orang. Dalam ekonomi Islam, terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi preferensi konsumsi seseorang.

1. Rasionalitas Islami

Berbeda dari rasionalitas ekonomi yang umum, yang bergantung sepenuhnya pada logika manusia, Islam memiliki pemahaman rasionalitas yang lebih luas dan menyeluruh. Allah memberikan manusia akal untuk membedakan antara hal-hal yang bermanfaat dan merugikan, serta menurunkan wahyu sebagai petunjuk yang dibawa oleh Nabi Muhammad. Keduanya berfungsi bersamaan untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan yang tepat. Islam juga menekankan perbedaan penting antara kebutuhan (*hajat* atau *needs*), yang merupakan segala sesuatu yang diperlukan agar fungsi manusia dapat berjalan dengan baik, dan keinginan (*raghbat* atau *wants*), yaitu keinginan yang jika dipenuhi tidak selalu meningkatkan fungsi manusia atau berarti meningkatkan nilai suatu barang.

2. Kebebasan Ekonomi yang Bertanggung Jawab

Dalam sistem kapitalis, individu dipandang sebagai pemilik sejati dari harta kekayaannya sehingga bebas untuk melakukan transaksi yang diinginkannya. Namun, pandangan ini berbeda dalam Islam. Al-Quran menyatakan bahwa Allah adalah pemilik sejati dari semua harta yang ada di langit dan bumi, seperti yang tertulis dalam QS. Al-Maidah ayat 120. Manusia hanyalah pengelola yang bertanggung jawab untuk menggunakan kekayaan sesuai dengan petunjuk Ilahi. Oleh karena itu, kebebasan ekonomi dalam Islam tidak bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh tanggung jawab moral dan regulasi syariah.

3. Masalah sebagai Pengganti Utility

Dalam konteks ekonomi konvensional, utility merujuk pada kepuasan yang didapat konsumen saat menggunakan barang atau jasa. Kepuasan ini menjadi tujuan utama dan ukuran keberhasilan konsumsi. Sementara itu, tujuan konsumsi yang sejati bagi seorang Muslim adalah mencapai masalah, yang merupakan segala bentuk keadaan, baik fisik maupun non-fisik, yang dapat meningkatkan status manusia sebagai makhluk yang paling mulia.

Masalah terdiri dari dua unsur, yaitu manfaat dan berkah. Manfaat diperoleh melalui pemenuhan kebutuhan fisik, mental, dan intelektual, sedangkan berkah diperoleh ketika konsumen menggunakan barang atau jasa yang sesuai dengan syariat, sehingga meraih pahala dari Allah. Menurut Ika Yunia Fauzia, ada tiga perbedaan penting antara masalah dan utility. Pertama, masalah individu biasanya sejalan dengan masalah sosial, sedangkan utility individu seringkali dapat bertentangan dengan utility sosial. Kedua, masalah bisa dijadikan acuan bersama dalam mencapai pembangunan ekonomi yang adil, sementara utility memiliki tujuan yang berbeda-beda di antara pelaku ekonomi. Ketiga, masalah lebih mudah diukur dan dibandingkan, sehingga lebih praktis sebagai dasar untuk perencanaan penganggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

C. Prinsip-prinsip Dasar Etika Konsumsi dalam Islam

Islam telah mengatur dengan jelas tentang konsumsi untuk mencapai masalah yang maksimal dan menghindari mafsadat bagi diri sendiri maupun orang lain. Prinsip-prinsip yang mendasari hal ini terdiri dari halal, kebersihan, kesederhanaan, moderasi, dan moralitas.

1. Prinsip Halal

Prinsip paling utama dalam konsumsi menurut Islam adalah kehalalan. Prinsip ini dapat ditemukan dalam ayat-ayat Al-Quran dan hadis. Quraish Shihab menegaskan bahwa ada dua

kategori barang yang diharamkan, yaitu yang haram karena sifatnya, seperti babi, bangkai, dan darah; serta yang haram akibat cara perolehannya, seperti hasil riba atau yang dipersembahkan untuk selain Allah. Setiap Muslim wajib untuk memastikan bahwa apa yang dia konsumsi tidak termasuk dalam dua kategori keharaman ini.

2. Prinsip Kebersihan

Tidak semua yang halal dapat dikonsumsi di segala situasi. Dari apa yang diperbolehkan, manusia seharusnya memilih yang bersih dan bermanfaat. Rasulullah bersabda bahwa Allah itu baik dan hanya menerima yang baik. Makanan dan minuman yang dikonsumsi haruslah bersih, bergizi, dan tidak menjijikkan agar kesehatan tetap terjaga. Prinsip kebersihan ini sejalan dengan konsep *tayyib* dalam Islam, yang mencakup segala yang baik, bersih, sehat, dan memberi manfaat bagi konsumen.

3. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip kesederhanaan bertujuan untuk menjaga manusia dari perilaku konsumsi yang berlebihan. Islam tidak menyukai perilaku yang berlebihan, yakni sikap mewah dan berlebihan dalam menikmati kenikmatan dunia. Al-Quran mengingatkan dalam QS. Al-A'raf ayat 31 bahwa berlebihan dalam makan dan minum bisa menimbulkan berbagai komplikasi dan kerusakan. Dari segi ekonomi-sosial, hidup mewah dapat menyebabkan terhambatnya sirkulasi sumber daya ekonomi, distorsi dalam distribusi kekayaan, serta pengeluaran dana investasi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang tidak penting.

4. Prinsip Moderat

Islam menekankan pentingnya keseimbangan dan jalan tengah sebagai pedoman dalam konsumsi. Bagi seorang Muslim, pilihan konsumsi lebih kepada menyeimbangkan semua kebutuhannya secara proporsional daripada sekadar mengejar kepuasan maksimal. Pengeluaran seharusnya tidak lebih besar dari pendapatan, tetapi juga jangan sampai terlalu rendah hingga menyentuh kebakhilan. Prinsip moderat ini juga berkaitan erat dengan kelangkaan sumber daya, di mana adanya penghematan dalam konsumsi menjadi sebuah keharusan untuk menjaga keseimbangan ekonomi dan membantu mereka yang membutuhkan.

5. Prinsip Moralitas

Aspek konsumsi dalam Islam terhubung erat dengan keimanan seorang Muslim. Islam mengajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum dan bersyukur setelah melakukan kegiatan konsumsi. Dengan cara ini, seorang Muslim dapat merasakan kehadiran Ilahi dalam setiap aktivitasnya. Iman menjadi tolok ukur yang memengaruhi kualitas, kuantitas, dan sifat dari konsumsi seseorang, seraya menjaga keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi.

D. Empat Tahapan Konsumsi Islami

Dalam penerapannya, konsumsi sesuai ajaran Islam melalui empat tahap yang saling terkait. Tahap awal ialah memisahkan antara kebutuhan dan keinginan. Islam dengan jelas membedakan antara apa yang diperlukan (*needs*) dan apa yang diinginkan (*wants*). Kebutuhan manusia ditentukan oleh masalah dalam konteks *maqashid al-syariah*, agar konsumsi tidak jatuh ke dalam perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*mubazir*) yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.

Tahap berikutnya adalah menjadikan masalah sebagai dasar dalam konsumsi. Konsumsi yang ideal bagi seorang Muslim ditujukan untuk mencapai masalah, bukan hanya untuk mendapatkan utilitas. Masalah muncul dari terpenuhinya kebutuhan, sedangkan kepuasan timbul dari pemenuhan keinginan. Masalah lebih objektif karena berfokus pada pemenuhan kebutuhan yang nyata, sementara utilitas lebih subjektif, sering kali hanya memenuhi keinginan semata.

Tahap ketiga melibatkan pengaturan pendapatan untuk konsumsi, tabungan, dan investasi secara proporsional. Mengenai pemasukan, rezeki yang diperoleh harus memenuhi kriteria halal dan *tayyib*. Sedangkan dalam hal pengeluaran, konsumsi harus dikelola dengan baik agar tidak jatuh kepada pemborosan (*tabdzir*), perilaku berlebih (*israf*), atau sifat kikir (*bakhil*). Setiap Muslim dianjurkan untuk menyisihkan sebagian pendapatannya untuk ditabung dan diinvestasikan demi kepentingan jangka panjang.

Tahap terakhir adalah melakukan konsumsi untuk kehidupan setelah mati melalui zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Islam mensyariatkan keempat hal ini sebagai bentuk konsumsi ukhrawi yang juga berfungsi sebagai alat pemerataan ekonomi. Zakat dikeluarkan dari harta yang telah memenuhi ketentuan dan mencapai nishab untuk diserahkan kepada yang berhak. Infak dan sedekah dikeluarkan secara sukarela untuk berbagai keperluan sosial tanpa batasan nishab tertentu. Wakaf berfungsi sebagai instrumen investasi sosial jangka panjang yang dampaknya terus berlanjut bahkan setelah pewakaf wafat. Tujuan dari semua ini bagi seorang Muslim adalah investasi demi kehidupan setelah mati dengan pahala yang tiada henti.

IMPLEMENTASI ETIKA KONSUMSI ISLAM DALAM KEHIDUPAN MODERN

Di era modern yang cepat dan penuh dengan pola konsumsi, pedoman etika konsumsi dalam Islam tetap penting untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan material dan tanggung jawab spiritual. Kemajuan teknologi, kemudahan berbelanja secara online, dan gaya hidup yang instan seringkali menyebabkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, umat Islam perlu selektif dalam memilih makanan, minuman, dan barang lainnya, memastikan semuanya halal, baik (*tayyib*), dan tidak merugikan diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

Islam juga menekankan pentingnya menghindari perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*mubazir*). Dalam konteks saat ini, hal ini dapat diterapkan dengan tidak melakukan belanja yang tidak perlu, membeli barang sesuai dengan kebutuhan, serta tidak hanya mengikuti tren tanpa mempertimbangkan manfaatnya. Konsumsi yang bijaksana mencerminkan tanggung jawab sosial dan ekonomi, termasuk mendukung produk yang dihasilkan dengan prinsip etis dan ramah lingkungan.

Selain itu, dalam keadaan modern, kebiasaan konsumsi tidak hanya berpengaruh pada individu tetapi juga pada masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, Islam mendorong sikap syukur terhadap nikmat yang diberikan dan menyisihkan sebagian harta untuk membantu orang lain melalui sedekah. Dengan cara ini, konsumsi dalam Islam menjadi alat untuk memperkuat solidaritas sosial serta menjaga keseimbangan dalam kehidupan yang menghadapi tantangan modernisasi.

KESIMPULAN

Etika konsumsi dalam ekonomi Islam adalah sebuah sistem panduan yang menyeluruh dan terintegrasi. Ini tidak hanya mengatur hukum kehalalan suatu barang, tetapi juga membahas aspek moral, spiritual, sosial, dan lingkungan dari semua perilaku konsumsi manusia. Lima prinsip utama konsumsi Islami, yakni halal, *tayyib*, kesederhanaan, moderasi, dan moralitas, menjadi kerangka yang menyelaraskan pemenuhan kebutuhan duniawi dengan tanggung jawab ukhrawi seorang Muslim.

Perbedaan yang paling mencolok antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional dalam hal konsumsi terdapat pada fokus dan tujuannya. Dalam ekonomi konvensional, tujuan utama adalah memaksimalkan utilitas, sedangkan dalam Islam, tujuan sejatinya adalah mencapai masalah, yang mencakup manfaat dan berkah. Masalah terbukti lebih dapat diukur, lebih objektif, serta lebih memfasilitasi kepentingan bersama dibandingkan utilitas yang bersifat subjektif dan individual.

Dalam kehidupan modern, prinsip etika konsumsi Islam tetap relevan dan mampu diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Di tengah perkembangan teknologi dan kemudahan berbelanja online yang sering mendorong perilaku boros, Islam memberikan pedoman yang jelas untuk bersikap selektif, tidak berlebihan, dan bertanggung jawab dalam setiap pilihan konsumsi. Konsumsi yang didasarkan pada nilai-nilai Islam tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga berkontribusi pada penguatan solidaritas sosial dan pelestarian lingkungan.

Pada akhirnya, konsumsi dalam Islam tidak hanya sekadar kegiatan ekonomi. Ini adalah bentuk ibadah, ungkapan rasa syukur atas nikmat dari Allah, dan manifestasi nyata tanggung jawab manusia sebagai khalifah di bumi. Dengan memahami dan mempraktikkan etika konsumsi Islam, seorang Muslim tidak hanya mencapai kesejahteraan dunia, tetapi juga menyiapkan bekal untuk kehidupan abadi di akhirat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, ada beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan dalam pengembangan etika konsumsi Islam di era modern ini.

Untuk individu dan masyarakat Muslim, penting untuk melakukan usaha internalisasi nilai-nilai etika konsumsi Islam secara terus-menerus dalam kehidupan sehari-hari. Memahami perbedaan antara apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan harus dijadikan dasar dalam setiap keputusan konsumsi, agar pola konsumsi yang terbentuk benar-benar mencerminkan prinsip halal, *tayyib*, kesederhanaan, dan moderasi yang diajarkan oleh Islam. Selain itu, kesadaran mengenai konsumsi untuk kehidupan setelah mati melalui zakat, infak, sedekah, dan wakaf juga perlu ditingkatkan sebagai bagian dari gaya hidup Muslim yang ideal.

Untuk lembaga pendidikan dan akademisi, penting untuk mengembangkan kurikulum ekonomi Islam yang tidak hanya menampilkan teori, tetapi juga memberikan pemahaman praktis mengenai penerapan etika konsumsi Islam dalam kehidupan modern yang semakin rumit. Penelitian lanjutan yang mengeksplorasi penerapan konsumsi Islami di berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor digital dan ekonomi kreatif, perlu didorong dan dilaksanakan dengan pendekatan yang lebih sistematis.

Bagi pemerintah dan lembaga pendidikan, disarankan untuk mendukung dan memfasilitasi literasi tentang konsumsi Islami di tengah masyarakat, baik melalui kurikulum pendidikan formal maupun program-program penyuluhan kepada publik. Pemahaman yang mendalam tentang prinsip halal, *tayyib*, dan larangan *israf* harus disebarluaskan secara luas agar masyarakat Muslim mampu menghadapi tantangan dari konsumerisme modern dengan bekal pengetahuan dan kesadaran yang cukup.

Bagi para pelaku usaha, disarankan agar tidak hanya menjadikan label halal sebagai alat pemasaran, tetapi juga benar-benar menerapkan nilai-nilai etis dan peduli lingkungan dalam seluruh proses produksi mereka. Mendukung pola konsumsi yang bijak di kalangan konsumen Muslim merupakan tanggung jawab moral serta investasi jangka panjang untuk keberlangsungan bisnis yang berintegritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B. (2022). Pemahaman Nilai-nilai Etika Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1378–1385.
- Adel, I. R., Fadil, M., & Tasriani. (2025). Interpretation of Consumption Verses from Islamic Economic Perspective Ichsanul Rihan Adel 1, Muhammad Fadil 2, Tasriani 3 123. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 1–21.
- Ahmad, N. I. (2025). Kontribusi Pendidikan Islam terhadap Pembentukan Etika Konsumsi Islami. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1019–1030.
- Amelia, R., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM. *AL – MUHTARIFIN: Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 3(2), 52–58.
- Aulia, M. K., Nur, A., Hasniar, Fatrisia, A. A., Herni, & Hirmayani, A. (2025). KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH CONSUMPTION FROM A SHARIA ECONOMIC PERSPECTIVE. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(September), 5061–5069.
- Behavior, C., Modern, O. F., & Societies, M. (2024). CONSUMPTION BEHAVIOR OF MODERN MUSLIM SOCIETIES. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 528–538.
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1–15.
- Hidayat, D. (2022). Konsumsi Halal sebagai Bentuk Ibadah : Perspektif Ekonomi Islam dan Implikasinya pada Perilaku Konsumen. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 1(1), 5009–5016.
- Ilyas, R., & Belitung, B. (2016). Etika konsumsi dan kesejahteraan dalam perspektif ekonomi islam. *At-Tawassuth*, 1.

- Iswanaji, C., & Wahyudi, M. (2024). *Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Qur'an dan Hadist* (M. Z. N. Hasbi (Ed.)). Penerbit Adab. <https://share.google/dI9df3onPBDrL88Sm>
- Khoerunnisah, N., Maharani, F., & Nuriyah, S. (2025). Etika Konsumsi dalam Islam: Menjaga Keseimbangan antara Dunia dan Akhirat. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 475–480.
- Marlina, L. (2024). *BISNIS ISLAM*. PT Bukuloka Literasi Bangsa.
- Muklis, H., & Suardi, D. (2020). *PENGANTAR EKONOMI ISLAM* (S. D. Febrianti (Ed.)). CV. Jakad Media Publishing. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/download/4610/4664/24745>
- Paramata, A. M., Wijaya, A., Selatan, S., Islam, U., Alauddin, N., & Selatan, S. (2025). Tujuan dan prinsip konsumsi dalam islam. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, 8(1), 517–523.
- Priyatno, P. D., Handayani, T., & Yetty, F. (2022). *BUKU AJAR ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM* (A. N. Rohim (Ed.)). Deepublish Publisher. https://books.google.co.id/books?id=TQGGEQAAQBAJ&pg=PA69&dq=pengertian+etika+konsumsi+dalam+islam&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj91rGS9uSSAxWNT2cHHdw2KtcQ6AF6BAGKEAM#v=onepage&q=pengertian+etika+konsumsi+dalam+islam&f=false
- Waluya, A. H., Arifin, S., Yasid, A., & Ritonga, I. (2022). Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāṣ id Al- Shari' ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2536–2544.