

### KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

M Rizky Alviansyah WN<sup>1</sup>, Lilis Dayanti<sup>2</sup>, Intan Fadillah Umi<sup>3</sup>, Anas Malik<sup>4</sup>

UIN Raden Intan Lampung<sup>1,2,3,4</sup>

[rizkyalfanzah@gmail.com](mailto:rizkyalfanzah@gmail.com)<sup>1</sup>, [lilisdayati35@gmail.com](mailto:lilisdayati35@gmail.com)<sup>2</sup>, [intanfadila1215@gmail.com](mailto:intanfadila1215@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[anasmalik@radenintan.ac.id](mailto:anasmalik@radenintan.ac.id)<sup>4</sup>

#### Abstract

Konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsi memiliki karakteristik dan prinsip yang berbeda dengan konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep konsumsi dalam ekonomi Islam, prinsip-prinsip dasar, batasan-batasan, serta implikasinya terhadap kesejahteraan individu dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip tauhid, khilafah, keadilan, dan masalahah, dengan tujuan tidak hanya mencapai kepuasan material tetapi juga spiritual (falah). Batasan konsumsi dalam Islam meliputi halal dan thayyib, kesederhanaan, dan menghindari israf (pemborosan) serta tabdzir (mubazir). Implikasi dari penerapan prinsip konsumsi Islam adalah terwujudnya keseimbangan ekonomi, pemerataan distribusi kekayaan, dan keadilan sosial yang bermuara pada kesejahteraan individu dan masyarakat secara kolektif.

**Kata Kunci:** *Konsumsi, Ekonomi Islam, Masalahah, Halal, Israf*

#### Abstract

*Consumption is an economic activity that cannot be separated from human life. In Islamic economics, consumption has different characteristics and principles compared to consumption in conventional economic perspectives. This research aims to analyze the concept of consumption in Islamic economics, its basic principles, limitations, and implications for individual and social welfare. This study employs qualitative research methods with a literature study approach. The results show that consumption in Islamic economics is based on the principles of tawhid, khilafah, justice, and masalahah, with the goal of achieving not only material but also spiritual satisfaction (falah). Consumption limitations in Islam include halal and thayyib, simplicity, and avoiding israf (extravagance) and tabdzir (waste). The implications of applying Islamic consumption principles are the realization of economic balance, equitable distribution of wealth, and social justice that leads to the welfare of individuals and society collectively.*

**Keyword:** *Consumption, Islamic Economics, Masalahah, Halal, Israf*

#### PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan bagian integral dari aktivitas ekonomi manusia dan menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kesejahteraan individu dan masyarakat. Dalam teori ekonomi konvensional, konsumsi sering dikaitkan dengan upaya untuk memaksimalkan utilitas (kepuasan) dengan kendala anggaran tertentu. Pendekatan ini cenderung berfokus pada aspek materi dan mengabaikan dimensi spiritual yang melekat pada kebutuhan manusia.

Ekonomi Islam hadir dengan menawarkan paradigma berbeda dalam memandang konsumsi. Berbeda dengan ekonomi konvensional yang cenderung materialistik, ekonomi Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mencapai masalahah (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Konsumsi dalam Islam tidak semata-mata untuk memenuhi keinginan (wants), tetapi lebih diarahkan pada pemenuhan kebutuhan (needs) yang mengantarkan manusia pada kesejahteraan yang hakiki.

Perkembangan ekonomi global yang ditandai dengan budaya konsumerisme telah mendorong pola konsumsi yang berlebihan dan tidak memperhatikan aspek keberlanjutan, keadilan, dan dampak sosial. Fenomena ini mendorong pentingnya kajian tentang konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam yang menawarkan pendekatan lebih komprehensif dan berkeadilan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Data diperoleh dari sumber-sumber sekunder berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, dan literatur lainnya yang relevan dengan topik konsumsi dalam ekonomi Islam. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif-analitis untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang konsep konsumsi dalam ekonomi Islam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Definisi dan Hakikat Konsumsi dalam Islam**

Konsumsi dalam Islam didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan mengikuti ketentuan syariah dalam rangka mencapai masalah (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Mannan (1997) mendefinisikan konsumsi dalam Islam sebagai permintaan terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan mentaati perintah Allah SWT.

Hakikat konsumsi dalam Islam tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga kebutuhan rohani. Konsumsi bukan merupakan tujuan akhir kehidupan, melainkan sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi yaitu mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat). Allah SWT berfirman:

"Wahai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf: 31)

### **Prinsip Tauhid (Keesaan Allah)**

Tauhid merupakan fondasi utama dalam sistem ekonomi Islam, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Prinsip tauhid menegaskan bahwa segala aktivitas konsumsi merupakan bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Konsekuensinya, konsumen muslim harus menyadari bahwa setiap tindakan konsumsi akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.

Penerapan prinsip tauhid dalam konsumsi mewajibkan konsumen muslim untuk:

1. Mengonsumsi barang dan jasa yang halal
2. Meniatkan konsumsi sebagai sarana untuk beribadah
3. Mensyukuri nikmat Allah dalam setiap konsumsi
4. Mengutamakan konsumsi yang membawa masalah

### **Prinsip Khalifah (Tanggung Jawab Sebagai Khalifah)**

Manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi memiliki tanggung jawab untuk menggunakan sumber daya yang diamanahkan dengan baik. Dalam konteks konsumsi, prinsip ini menuntut konsumen muslim untuk:

1. Bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sumber daya alam
2. Mempertimbangkan dampak sosial dari kegiatan konsumsi
3. Menghindari pemborosan dan kerusakan lingkungan
4. Mengutamakan konsumsi yang berkelanjutan

### **Prinsip Keadilan ('Adalah)**

Keadilan merupakan nilai fundamental dalam ekonomi Islam. Dalam konteks konsumsi, prinsip keadilan mengharuskan konsumen muslim untuk:

1. Memperhatikan hak-hak orang lain dalam konsumsi
2. Menghindari konsumsi yang menimbulkan kezaliman
3. Tidak mengonsumsi barang dan jasa hasil kecurangan atau penipuan
4. Memperhatikan distribusi pendapatan yang adil

### **Prinsip Masalah (Kesejahteraan)**

Masalah merupakan tujuan utama dalam aktivitas ekonomi Islam. Dalam konsumsi, prinsip masalah menekankan bahwa:

1. Konsumsi harus diarahkan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat
2. Mengutamakan konsumsi yang membawa manfaat bagi diri dan masyarakat
3. Menghindari konsumsi yang membawa mudharat (kerugian)
4. Mengutamakan aspek kebutuhan daripada keinginan

### **Batasan Konsumsi dalam Islam**

#### **Halal dan Thayyib**

Islam menetapkan bahwa konsumsi harus bersifat halal dan thayyib. Halal merujuk pada status hukum barang atau jasa yang dikonsumsi, sedangkan thayyib berkaitan dengan kualitas dan kebaikan barang tersebut. Allah SWT berfirman:

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah: 168)

Kriteria halal mencakup:

1. Zat atau bahan dasarnya halal
2. Proses produksi sesuai syariah
3. Cara memperolehnya tidak melanggar syariah
4. Tidak mengandung unsur yang diharamkan

Sementara kriteria thayyib meliputi:

1. Bermanfaat bagi tubuh dan pikiran
2. Tidak membahayakan kesehatan
3. Bergizi dan berkualitas baik
4. Bersih dan higienis

#### **Kesederhanaan (Wasathiyah)**

Islam menganjurkan pola konsumsi yang sederhana (wasathiyah) dan menghindari sikap ekstrem, baik kikir (bakhil) maupun boros (israf). Allah SWT berfirman:

"Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian." (QS. Al-Furqan: 67)

Kesederhanaan dalam konsumsi tercermin dalam:

1. Tidak bermegah-megahan (tabaddzur)
2. Konsumsi sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan
3. Menghindari sikap bakhil (kikir) maupun israf (boros)
4. Mengutamakan kecukupan (kifayah) daripada kelebihan

#### **Menghindari Israf dan Tabdzir**

Israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (mubazir) adalah dua perilaku konsumsi yang dilarang dalam Islam. Israf merujuk pada konsumsi yang berlebihan meskipun barang yang dikonsumsi halal, sedangkan tabdzir adalah penggunaan harta secara sia-sia atau tidak pada tempatnya.

Allah SWT berfirman: "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya." (QS. Al-Isra': 27)

Manifestasi larangan israf dan tabdzir dalam konsumsi:

1. Menghindari konsumsi yang tidak perlu
2. Tidak menghamburkan harta untuk kemewahan

3. Memprioritaskan konsumsi sesuai tingkat kebutuhan
4. Mengutamakan aspek manfaat daripada prestise

### Perbedaan Filosofis

Perbedaan mendasar antara konsumsi dalam ekonomi Islam dan konvensional terletak pada aspek filosofis. Ekonomi konvensional memandang konsumsi sebagai upaya memaksimalkan utilitas (kepuasan) material, sedangkan ekonomi Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat).

Aspek	Ekonomi Konvensional	Ekonomi Islam
Tujuan Konsumsi	Memaksimalkan utilitas (kepuasan)	Mencapai masalah dan falah
Sumber Nilai	Materialisme dan rasionalitas	Al-Qur'an dan Sunnah
Dimensi Waktu	Jangka pendek (duniawi)	Jangka panjang (dunia dan akhirat)
Batasan	Anggaran dan harga	Syariah (halal-haram) dan etika
Rasionalitas	Self-interest (kepentingan diri)	Islamic man (keseimbangan individu dan sosial)

### Perbedaan Teori Perilaku Konsumen

Dalam teori perilaku konsumen, ekonomi konvensional mengasumsikan bahwa konsumen bersifat rasional dan bertujuan memaksimalkan kepuasan (utility). Keputusan konsumsi dipengaruhi oleh preferensi, pendapatan, dan harga barang. Konsep "more is better" (semakin banyak semakin baik) menjadi asumsi dasar dalam teori konsumsi konvensional.

Sebaliknya, ekonomi Islam memandang bahwa perilaku konsumen muslim dipengaruhi oleh faktor materi dan spiritual. Konsumen muslim tidak hanya mempertimbangkan aspek utilitas, tetapi juga masalah dan berkah. Dalam ekonomi Islam, "more is not necessarily better" (lebih banyak tidak selalu lebih baik) karena konsumsi harus memperhatikan aspek halal-haram, israf-tabdzir, dan dampak sosial.

### Perbedaan Konsep Kebutuhan dan Keinginan

Ekonomi konvensional cenderung tidak membedakan secara tegas antara kebutuhan (needs) dan keinginan (wants). Semua permintaan konsumen dianggap sebagai ekspresi dari preferensi yang harus dipenuhi sepanjang konsumen memiliki kemampuan membayar.

Ekonomi Islam membedakan secara jelas antara kebutuhan (hajat) dan keinginan (raghbah). Kebutuhan berkaitan dengan sesuatu yang diperlukan untuk mencapai masalah, sedangkan keinginan terkait dengan hasrat yang tidak selalu sejalan dengan masalah. Islam mengajarkan untuk memprioritaskan pemenuhan kebutuhan daripada keinginan.

### Implikasi Terhadap Kesejahteraan Individu

Penerapan prinsip konsumsi Islam memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan individu, baik secara material maupun spiritual. Beberapa implikasi tersebut antara lain:

1. Kesehatan fisik dan mental Konsumsi yang halal dan thayyib berdampak positif terhadap kesehatan fisik dan mental. Konsumsi yang seimbang dan tidak berlebihan mencegah berbagai penyakit fisik dan mental.
2. Ketenangan jiwa Konsumsi yang sesuai dengan syariah memberikan ketenangan jiwa karena terhindar dari rasa bersalah dan dosa. Konsumen muslim yang menerapkan prinsip konsumsi Islam akan merasa damai karena tindakan konsumsinya sejalan dengan keyakinan agama.
3. Keberkahan harta Islam meyakini bahwa konsumsi yang sesuai dengan syariah akan mendatangkan keberkahan (barakah) pada harta yang dimiliki. Keberkahan ini tercermin dari kecukupan, kepuasan, dan manfaat yang diperoleh dari harta tersebut.

4. Keseimbangan hidup Prinsip wasathiyah (kesederhanaan) dalam konsumsi menciptakan keseimbangan hidup antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan ukhrawi, antara konsumsi dan tabungan, serta antara kepentingan diri dan sosial.

### **Implikasi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat**

Penerapan prinsip konsumsi Islam juga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat secara kolektif. Beberapa implikasi tersebut antara lain:

1. Keadilan ekonomi Konsumsi yang tidak berlebihan mencegah penumpukan kekayaan pada segelintir orang dan memungkinkan distribusi kekayaan yang lebih merata di masyarakat.
2. Solidaritas sosial Konsumsi dalam Islam mendorong sikap berbagi dan peduli terhadap sesama, seperti melalui zakat, infak, dan sedekah. Hal ini memperkuat solidaritas sosial dan mengurangi kesenjangan ekonomi.
3. Keberlanjutan lingkungan Prinsip konsumsi Islam yang menghindari pemborosan (israf) dan mubazir (tabdzir) sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan pelestarian lingkungan.
4. Stabilitas ekonomi Pola konsumsi yang seimbang dan tidak ekstrem berkontribusi pada stabilitas ekonomi dengan mencegah fluktuasi permintaan yang berlebihan.

### **Konsumsi Islam dalam Konteks Ekonomi Global**

Dalam konteks ekonomi global yang ditandai dengan konsumerisme dan materialisme, konsep konsumsi Islam menawarkan alternatif yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan. Beberapa kontribusi konsep konsumsi Islam dalam ekonomi global antara lain:

1. Kritik terhadap konsumerisme Konsep konsumsi Islam mengkritik budaya konsumerisme yang mendorong konsumsi berlebihan dan tidak memperhatikan aspek etika dan keberlanjutan.
2. Ethical consumption Konsumsi Islam mempromosikan konsumsi etis yang memperhatikan aspek keadilan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial.
3. Sustainable development Prinsip kesederhanaan dan penghindaran pemborosan sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan yang menjadi agenda global.
4. Financial inclusion Konsep konsumsi Islam yang menekankan keadilan dan berbagi mendorong inklusi keuangan bagi kelompok marginal yang sering terabaikan dalam sistem ekonomi konvensional.

### **Tantangan Globalisasi dan Budaya Konsumerisme**

Era globalisasi ditandai dengan meluasnya budaya konsumerisme yang mendorong pola konsumsi berlebihan. Tantangan ini diperparah dengan masifnya pemasaran dan iklan yang menciptakan kebutuhan semu. Konsumen muslim dihadapkan pada dilema antara mengikuti tren global atau tetap berpegang pada prinsip konsumsi Islam.

Tantangan lain adalah homogenisasi budaya global yang cenderung mengikis nilai-nilai lokal dan religius. Standardisasi produk dan gaya hidup global seringkali bertentangan dengan nilai-nilai konsumsi Islam yang menekankan kesederhanaan dan keberlanjutan.

### **Tantangan Teknologi dan Digitalisasi**

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat. E-commerce dan marketplace online memudahkan konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja, yang berpotensi mendorong konsumsi impulsif dan berlebihan.

Teknologi finansial (fintech) juga memunculkan berbagai instrumen kredit yang memfasilitasi konsumsi dengan utang. Hal ini bertentangan dengan prinsip konsumsi Islam yang menganjurkan konsumsi sesuai kemampuan dan menghindari utang untuk konsumsi yang bersifat tersier.

### **Tantangan Implementasi Regulasi Halal**

Implementasi regulasi halal menghadapi tantangan dalam standardisasi, sertifikasi, dan pengawasan produk halal. Diversifikasi produk dan kompleksitas rantai pasok global menyulitkan pelacakan status halal suatu produk.

Tantangan lain adalah kesenjangan pemahaman tentang konsep halal yang komprehensif. Banyak konsumen muslim yang hanya fokus pada aspek halal dalam makanan, namun mengabaikan aspek halal dalam transaksi finansial, hiburan, dan gaya hidup.

### **Strategi Mengatasi Tantangan**

Beberapa strategi untuk mengatasi tantangan implementasi konsumsi Islam di era modern antara lain:

1. **Edukasi dan literasi konsumen** Meningkatkan pemahaman konsumen muslim tentang prinsip konsumsi Islam yang komprehensif melalui pendidikan formal dan informal.
2. **Penguatan regulasi dan sertifikasi halal** Memperkuat sistem regulasi dan sertifikasi halal yang terintegrasi secara global untuk memudahkan konsumen muslim mengidentifikasi produk halal.
3. **Pengembangan aplikasi dan teknologi pendukung** Memanfaatkan teknologi untuk membantu konsumen muslim menerapkan prinsip konsumsi Islam, seperti aplikasi pendeteksi status halal, aplikasi pengelolaan keuangan syariah, dan platform e-commerce berbasis syariah.
4. **Revitalisasi nilai-nilai konsumsi Islam** Mengkontekstualisasikan nilai-nilai konsumsi Islam dalam kehidupan modern untuk menunjukkan relevansi dan aplikabilitas prinsip tersebut di era global.

### **Pola Konsumsi Islami dalam Kehidupan Sehari-hari**

Penerapan konsep konsumsi Islam dalam kehidupan sehari-hari dapat diwujudkan dalam berbagai aspek. Pola konsumsi islami tidak hanya terbatas pada konsumsi makanan, tetapi juga mencakup seluruh aktivitas konsumsi manusia.

#### **Konsumsi Makanan dan Minuman**

Dalam hal makanan dan minuman, konsumsi islami menekankan kriteria halal dan thayyib. Konsumen muslim perlu memperhatikan:

1. Sertifikasi halal pada produk kemasan
2. Asal usul bahan makanan dan proses pengolahan
3. Kandungan nutrisi dan manfaat kesehatan
4. Porsi makan sesuai kebutuhan (tidak berlebihan)

Implementasi konsumsi islami dalam makanan juga mencakup adab makan sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah SAW, seperti membaca basmalah sebelum makan, menggunakan tangan kanan, makan dalam keadaan duduk, tidak mencela makanan, dan berhenti makan sebelum kenyang.

#### **Konsumsi Pakaian dan Perhiasan**

Konsumsi pakaian dalam perspektif Islam menekankan aspek:

1. Menutup aurat sesuai ketentuan syariah
2. Tidak berlebihan dalam model dan harga
3. Menghindari tabarruj (bersolek berlebihan)
4. Tidak menyerupai pakaian khas pemeluk agama lain

Dalam hal perhiasan, Islam membolehkan penggunaan perhiasan (terutama bagi wanita) namun dengan batasan tidak berlebihan dan tidak untuk pamer (riya').

#### **Konsumsi Perumahan dan Kendaraan**

Konsumsi perumahan menurut Islam lebih menekankan aspek kenyamanan, keamanan, dan privasi daripada kemewahan. Beberapa prinsip yang dapat diterapkan:

1. Memilih rumah sesuai kebutuhan dan kemampuan
2. Menghindari utang berlebihan untuk kepemilikan rumah

3. Memperhatikan tetangga dan lingkungan sekitar
4. Mengutamakan fungsi rumah sebagai tempat ibadah dan pendidikan keluarga

Dalam hal kendaraan, konsumsi islami menganjurkan:

1. Memilih kendaraan sesuai kebutuhan dan kemampuan
2. Menghindari motif pamer atau gengsi
3. Memperhatikan aspek keselamatan dan ramah lingkungan
4. Berbagi manfaat kendaraan dengan orang lain yang membutuhkan

### **Pengelolaan Keuangan Islami**

Pengelolaan keuangan islami merupakan aspek penting dalam mengimplementasikan konsep konsumsi Islam. Beberapa prinsip pengelolaan keuangan islami antara lain:

#### **Perencanaan Keuangan**

Perencanaan keuangan dalam Islam menekankan keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran, dengan prioritas:

1. Pemenuhan kewajiban terhadap Allah (zakat, kurban)
2. Pemenuhan kebutuhan dasar keluarga (dharuriyat)
3. Pembiayaan kebutuhan sekunder (hajiyat)
4. Alokasi untuk tabungan dan investasi
5. Pembiayaan kebutuhan tersier (tahsiniyat)

Nabi Muhammad SAW bersabda: "Simpanlah sebagian hartamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu." (HR. Bukhari)

#### **Penghindaran Utang Konsumtif**

Islam tidak melarang utang, tetapi mengatur pemanfaatannya dengan bijaksana. Prinsip utama adalah menghindari utang untuk konsumsi yang bersifat tersier atau mewah. Utang sebaiknya digunakan untuk:

1. Kebutuhan mendesak yang tidak dapat ditunda
2. Investasi produktif yang menghasilkan pendapatan
3. Pembiayaan aset yang bernilai strategis

Rasulullah SAW sering meminta perlindungan dari beratnya utang dalam doanya: "Ya Allah, aku berlindung kepada-Mu dari beratnya utang dan dominasi orang lain." (HR. Abu Dawud)

#### **Investasi dan Tabungan Syariah**

Konsumsi islami juga menekankan pentingnya tabungan dan investasi sebagai bentuk persiapan masa depan. Tabungan dan investasi harus memenuhi kriteria syariah:

1. Bebas dari riba (bunga)
2. Bebas dari gharar (ketidakjelasan)
3. Bebas dari maysir (judi/spekulasi)
4. Investasi pada sektor yang halal

Instrumen investasi syariah yang dapat dimanfaatkan antara lain:

1. Rekening tabungan/deposito syariah
2. Sukuk (obligasi syariah)
3. Saham syariah
4. Reksadana syariah
5. Asuransi syariah (takaful)
6. Real estate syariah

#### **Konsumsi Berkelanjutan dalam Perspektif Islam**

Konsep konsumsi berkelanjutan (sustainable consumption) sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam yang menekankan kesederhanaan dan penghindaran pemborosan.

#### **Konservasi Sumber Daya**

Islam mengajarkan pentingnya konservasi sumber daya alam dalam konsumsi:

1. Penghematan air, bahkan dalam kondisi melimpah

2. Penghematan energi dalam rumah tangga
3. Pengurangan penggunaan plastik sekali pakai
4. Pemanfaatan kembali barang bekas (reuse)

Nabi Muhammad SAW melarang pemborosan air bahkan ketika berwudhu di pinggir sungai. Beliau bersabda: "Janganlah engkau berlebih-lebihan (dalam menggunakan air), meskipun engkau berada di sungai yang mengalir." (HR. Ibnu Majah)

### **Pengelolaan Sampah dan Limbah**

Konsumsi islami juga memperhatikan aspek pengelolaan sampah dan limbah:

1. Pemilahan sampah organik dan anorganik
2. Pengomposan sampah organik
3. Daur ulang sampah anorganik
4. Pengelolaan limbah secara bertanggung jawab

### **Konsumsi Ramah Lingkungan**

Islam mendorong konsumsi yang ramah lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sebagai khalifah di bumi:

1. Memilih produk dengan kemasan ramah lingkungan
2. Mengutamakan produk organik dan alami
3. Mengurangi penggunaan kendaraan pribadi
4. Mendukung ekonomi lokal dan berkelanjutan

### **Studi Kasus Industri Halal Food**

Industri halal food merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam implementasi konsumsi islami. Menurut laporan State of the Global Islamic Economy 2020, nilai pasar makanan halal global mencapai USD 1,17 triliun pada tahun 2019 dan diproyeksikan mencapai USD 1,38 triliun pada tahun 2024.

Beberapa tren dalam industri halal food antara lain:

1. Integrasi teknologi blockchain untuk pelacakan status halal
2. Pengembangan aplikasi pendeteksi status halal
3. Sertifikasi halal yang diakui secara global
4. Makanan halal yang ramah lingkungan dan berkelanjutan

Studi kasus Malaysia sebagai hub halal global menunjukkan bahwa implementasi konsumsi islami dapat bersinergi dengan pembangunan ekonomi. Malaysia telah mengembangkan standar halal komprehensif dan mendirikan Halal Development Corporation untuk mengembangkan ekosistem halal terintegrasi.

### **Studi Kasus Islamic Finance**

Keuangan syariah merupakan implementasi konsumsi islami dalam sektor finansial. Berbeda dengan keuangan konvensional yang berbasis bunga, keuangan syariah didasarkan pada prinsip berbagi risiko dan keuntungan.

Perkembangan keuangan syariah global menunjukkan tren positif dengan aset mencapai USD 2,88 triliun pada tahun 2019. Beberapa produk keuangan syariah yang mendukung konsumsi islami antara lain:

1. Murabahah untuk pembiayaan konsumen
2. Ijarah untuk pembiayaan perumahan dan kendaraan
3. Takaful untuk asuransi syariah
4. Kartu kredit syariah sebagai alternatif kartu kredit konvensional

Studi kasus sukuk (obligasi syariah) untuk pembiayaan infrastruktur menunjukkan bahwa instrumen keuangan syariah dapat mendukung pembangunan yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

### **Studi Kasus Modest Fashion**

Modest fashion (busana sopan) merupakan implementasi konsumsi islami dalam industri fashion. Menurut State of the Global Islamic Economy Report, pasar modest fashion global bernilai USD 277 miliar pada tahun 2019 dan diproyeksikan mencapai USD 311 miliar pada tahun 2024.

Perkembangan modest fashion tidak hanya terbatas pada negara-negara mayoritas muslim, tetapi juga menjadi tren global. Beberapa brand fashion global seperti H&M, Uniqlo, dan Marks & Spencer telah meluncurkan koleksi modest fashion.

Studi kasus Indonesia Fashion Week yang mempromosikan modest fashion menunjukkan bahwa implementasi konsumsi islami dalam fashion dapat mendorong kreativitas dan inovasi, sekaligus memperkuat identitas budaya dan agama.

### **Prospek Konsumsi Islami dalam Ekonomi Global**

Konsep konsumsi Islam memiliki prospek cerah dalam ekonomi global yang semakin menekankan keberlanjutan dan etika. Beberapa prospek tersebut antara lain:

#### **Pertumbuhan Ekonomi Halal Global**

Ekonomi halal global terus menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam berbagai sektor:

1. Makanan dan minuman halal
2. Keuangan syariah
3. Travel halal
4. Modest fashion
5. Media dan hiburan islami
6. Farmasi dan kosmetik halal

Menurut laporan State of the Global Islamic Economy, nilai ekonomi halal global mencapai USD 2,02 triliun pada tahun 2019 dan diproyeksikan terus meningkat di masa depan.

#### **Sinergi dengan Sustainable Development Goals (SDGs)**

Konsep konsumsi Islam memiliki kesesuaian dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs):

1. Pemberantasan kemiskinan melalui zakat dan wakaf
2. Ketahanan pangan melalui konsep halal dan thayyib
3. Kesehatan melalui pola konsumsi seimbang
4. Konsumsi dan produksi berkelanjutan
5. Pelestarian lingkungan melalui penghindaran pemborosan

#### **Pengembangan Standar dan Sertifikasi Global**

Prospek lain adalah pengembangan standar dan sertifikasi halal yang terintegrasi secara global:

1. Harmonisasi standar halal antar negara
2. Sistem sertifikasi halal yang diakui secara global
3. Integrasi teknologi dalam verifikasi status halal
4. Pengembangan regulasi konsumsi islami yang komprehensif

#### **Tantangan Konsumsi Islami di Era Digital**

Perkembangan teknologi digital membawa tantangan baru bagi implementasi konsumsi islami:

#### **Tantangan E-Commerce dan Digital Marketplace**

E-commerce dan digital marketplace menimbulkan tantangan baru:

1. Kesulitan verifikasi status halal produk online
2. Risiko pembelian impulsif yang mendorong israf
3. Isu privasi dan keamanan data konsumen
4. Praktik pemasaran digital yang mendorong konsumerisme

#### **Tantangan Fintech dan Cryptocurrency**

Perkembangan fintech dan cryptocurrency juga membawa tantangan:

1. Status kehalalan cryptocurrency

2. Potensi gharar (ketidakjelasan) dan maysir (spekulasi)
3. Isu keamanan dan perlindungan konsumen
4. Regulasi syariah untuk inovasi keuangan digital

### **Tantangan Media Sosial dan Digital Content**

Media sosial dan konten digital mempengaruhi pola konsumsi:

1. Budaya "FOMO" (Fear of Missing Out) yang mendorong konsumsi berlebihan
2. Influencer marketing yang mempromosikan gaya hidup materialistis
3. Konten digital yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam
4. Kecanduan digital yang mengganggu keseimbangan hidup

### **Strategi Pengembangan Konsumsi Islami di Masa Depan**

Untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di masa depan, diperlukan strategi pengembangan konsumsi islami yang komprehensif:

#### **Penguatan Basis Ilmiah dan Akademis**

Pengembangan konsep konsumsi Islam perlu didukung dengan penelitian ilmiah:

1. Penelitian empiris tentang dampak konsumsi islami
2. Pengembangan indeks dan parameter konsumsi islami
3. Penerbitan jurnal dan publikasi ilmiah tentang konsumsi islami
4. Penyelenggaraan konferensi dan forum akademik internasional

#### **Integrasi Teknologi dalam Implementasi**

Teknologi dapat dimanfaatkan untuk mendukung implementasi konsumsi islami:

1. Aplikasi mobile untuk verifikasi status halal
2. Platform e-commerce syariah
3. Teknologi blockchain untuk pelacakan halal supply chain
4. Artificial intelligence untuk konsultasi keuangan syariah

#### **Edukasi dan Literasi Konsumen Muslim**

Edukasi dan literasi konsumen merupakan kunci implementasi konsumsi islami:

1. Integrasi konsep konsumsi islami dalam kurikulum pendidikan
2. Program literasi keuangan syariah untuk masyarakat
3. Kampanye publik tentang konsumsi berkelanjutan dalam perspektif Islam
4. Pelatihan dan workshop untuk konsumen muslim

#### **Pengembangan Kebijakan Pendukung**

Pengembangan kebijakan publik untuk mendukung konsumsi islami:

1. Insentif fiskal untuk produk dan layanan halal
2. Regulasi untuk perlindungan konsumen muslim
3. Standarisasi dan sertifikasi halal yang terintegrasi
4. Dukungan untuk riset dan pengembangan ekonomi halal

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Konsumsi dalam ekonomi Islam bukan hanya kegiatan ekonomi semata, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual. Konsumsi diarahkan untuk memenuhi kebutuhan (dharuriyyat), bukan sekadar keinginan (hawa nafsu).
2. Prinsip utama konsumsi dalam Islam adalah keseimbangan (wasathiyah), kehalalan, dan menjauhi israf (berlebih-lebihan). Konsumsi harus dilakukan dalam batas-batas yang diperbolehkan syariah, dengan memperhatikan aspek halal dan tayyib (baik).
3. Konsumen dalam Islam bertanggung jawab tidak hanya kepada dirinya sendiri, tetapi juga kepada masyarakat dan Allah SWT. Oleh karena itu, konsumsi juga memiliki dimensi etika dan sosial, seperti mendorong distribusi kekayaan yang adil dan tidak menimbulkan kerusakan lingkungan.

4. Tujuan akhir dari konsumsi dalam ekonomi Islam adalah mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (falāh), bukan sekadar kepuasan materi

#### Saran

1. Masyarakat Muslim hendaknya lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islami dalam kehidupan sehari-hari, dengan mempertimbangkan aspek halal, kebutuhan, dan kebermanfaatannya bagi orang lain.
2. Pemerintah dan lembaga pendidikan perlu memperkuat edukasi mengenai ekonomi Islam, khususnya tentang perilaku konsumsi yang sesuai syariah, agar tercipta masyarakat yang sadar dan bertanggung jawab dalam penggunaan sumber daya.
3. Pelaku bisnis dan produsen sebaiknya memperhatikan nilai-nilai Islam dalam memproduksi dan memasarkan barang/jasa, seperti kejujuran, tidak menipu, dan tidak mendorong konsumsi berlebihan.
4. Diperlukan penelitian lanjutan untuk mengembangkan indikator konsumsi Islami yang bisa diukur secara empiris, guna mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan sesuai syariah.

#### REFERENSI

- Ahmad, K. (2000). Islamic Finance and Banking: The Challenge and Prospects. *Review of Islamic Economics*, 9, 57-82.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid Al-Shariah*. London: The International Institute of Islamic Thought.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25-45.
- Farooq, M. O. (2011). Self-Interest, Homo Islamicus and Some Behavioral Assumptions in Islamic Economics and Finance. *International Journal of Excellence in Islamic Banking and Finance*, 1(1), 52-79.
- Hamid, A., & Nordin, N. (2009). A Study on Islamic Banking Education and Strategy for the New Millennium: Malaysian Experience. *International Journal of Islamic Financial Services*, 2(4), 3-11.
- Kahf, M. (1992). A Contribution to the Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society. In *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*, eds. Sayyid Tahir et al. Petaling Jaya: Longman Malaysia.
- Khan, F. (2010). How 'Islamic' is Islamic Banking? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 805-820.
- Sachs, J. D. (2015). *The Age of Sustainable Development*. New York: Columbia University Press.
- Thomson Reuters. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*. Dubai: Thomson Reuters & DinarStandard.
- Al-Ghazali, A. H. (1993). *Ihya Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Khair.
- Chapra, M. U. (2001). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Haneef, M. A. (1995). *Contemporary Islamic Economic Thought: A Selected Comparative Analysis*. Kuala Lumpur: Ikraq.
- Khan, M. F. (1984). Macro Consumption Function in an Islamic Framework. *Journal of Research in Islamic Economics*, 1(2), 3-25.
- Mannan, M. A. (1997). *Islamic Economics: Theory and Practice*. Lahore: Sh. Muhammad Ashraf Publishers.
- Metwally, M. M. (1997). Economic Consequences of Applying Islamic Principles in Muslim Societies. *International Journal of Social Economics*, 24(7/8/9), 941-957.

- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Dinamika Pembangunan*, 3(2), 196-207.
- Qaradawi, Y. (1995). *The Lawful and the Prohibited in Islam*. Cairo: Al-Falah Foundation.
- Saeed, M., Ahmed, Z., & Mukhtar, S. M. (2001). International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach. *Journal of Business Ethics*, 32(2), 127-142.
- Siddiqi, M. N. (2000). *The Economic Enterprise in Islam*. Lahore: Islamic Publications.
- Zaman, S. M. H. (1991). *Economic Functions of an Islamic State: The Early Experience*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Zarqa, M. A. (1992). A Partial Relationship in a Muslim's Utility Function. In *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*, eds. Sayyid Tahir et al. Petaling Jaya: Longman Malaysia.