

TEORI KONSUMSI ISLAMI: STRATEGI MEWUJUDKAN MASLAHAH

Muhammad Irawan¹, Ichsan Iqbal²

¹ Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Pontianak, Indonesia, 78122

E-mail: muhammadirawan100799@gmail.com

² Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Pontianak, Indonesia, 78122

E-mail: ichsanigbal@iainptk.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Received : 2026-01-20

Revised : 2026-01-25

Accepted : 2026-01-29

KEYWORDS

Islamic consumption,
Maslahah,
Maqashid al-shari'ah,
Islamic economics.

KATA KUNCI

Konsumsi Islam
Maslahah
Maqashid al-Syariah
Ekonomi Islam

ABSTRACT

Consumption in Islamic economics is not merely an activity to fulfill material needs but also encompasses spiritual and social dimensions aimed at achieving maslahah (public benefit and welfare). This study examines the concept of Islamic consumption, the hierarchy of human needs, consumption ethics, and the role of maslahah in promoting well-being. The research employs a qualitative approach through library research and content analysis of Islamic economic literature. The findings reveal that Islamic consumption is guided by a hierarchy of needs consisting of dharuriyyah (essential needs), hajiyyah (complementary needs), and tahsiniyyah (refinement needs), as well as the principles of tawhid, justice, trustworthiness, permissibility (halal), and moderation. Maslahah serves as the primary objective of consumption by safeguarding the five essential elements of maqashid al-shari'ah: religion, life, intellect, lineage, and wealth. Therefore, Islamic consumption extends beyond individual satisfaction to the realization of social welfare and sustainable prosperity in both this world and the hereafter. This study contributes to the literature by offering a novel integrative synthesis of classical maslahah theory and modern consumption ethics to establish operational boundaries for contemporary Muslim consumer behavior.

ABSTRAK

Konsumsi dalam ekonomi Islam merupakan aktivitas yang tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga mengandung dimensi spiritual dan sosial untuk mencapai *maslahah*. Penelitian ini bertujuan mengkaji konsep konsumsi Islami, hierarki kebutuhan manusia, etika konsumsi, serta peran *maslahah* dalam mewujudkan kesejahteraan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) dan analisis isi (*content analysis*). Hasil kajian menunjukkan bahwa konsumsi Islami berlandaskan hierarki kebutuhan *dharuriyyah*, *hajiyyah*, dan *tahsiniyyah*, serta prinsip tauhid, keadilan, amanah, kehalalan, dan kesederhanaan. Konsep *maslahah* menjadi tujuan utama konsumsi karena berorientasi pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (*maqashid al-syari'ah*). Dengan demikian, konsumsi dalam Islam tidak hanya berfokus pada kepuasan individu, tetapi juga pada terciptanya kesejahteraan sosial dan kebahagiaan dunia-akhirat. Kajian ini memberikan kontribusi kebaruan melalui sintesis kritis integratif antara teori *maslahah* klasik dengan instrumen etika konsumsi guna merumuskan batasan operasional perilaku konsumen Muslim.

1. Pendahuluan

Konsumsi merupakan salah satu aktivitas ekonomi fundamental yang dilakukan oleh manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mencapai kesejahteraan. Secara umum, konsumsi dipahami sebagai aktivitas pemanfaatan nilai guna (*utility*) suatu barang atau jasa melalui pengeluaran tertentu. Namun, dalam realitas ekonomi modern, perilaku konsumsi sering kali terjebak pada pemenuhan keinginan tanpa batas yang mengarah pada perilaku konsumtif, pemborosan (*israf*), dan pengabaian terhadap nilai-nilai moral maupun sosial (Beik et al., 2024).

Berbeda dengan paradigma ekonomi konvensional yang menitikberatkan pada kepuasan maksimal (*maximum utility*), Islam memandang konsumsi sebagai bagian integral dari ibadah. Aktivitas konsumsi dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga memiliki dimensi spiritual dan sosial yang berorientasi pada pencapaian *maslahah* yakni segala kebaikan yang membawa kemakmuran bagi individu dan masyarakat.

Prinsip syariat mengatur bahwa setiap pilihan konsumsi harus berlandaskan pada aspek kehalalan, keadilan, dan kemanfaatan bagi sesama. Islam mengklasifikasikan kebutuhan manusia ke dalam tiga hierarki utama, yaitu *dharuriyyah* (primer), *hajiyyah* (sekunder), dan *tahsiniyyah* (tersier), guna memastikan bahwa sumber daya dikelola secara efisien untuk mencapai *falah* atau kebahagiaan sejati di dunia hingga di akhirat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai teori konsumsi Islami menjadi krusial sebagai fondasi dalam membentuk perilaku ekonomi yang etis, proporsional, dan bertanggung jawab.

Sejauh ini, literatur mengenai konsumsi dalam Islam umumnya berfokus pada definisi normatif kedudukan hukum halal dan haram (Amelia, 2024) atau generalisasi fungsi kepuasan individu (Suryani & Taufiq, 2023). Namun, terdapat *research gap* dimana penelitian terdahulu masih jarang mengelaborasi secara operasional bagaimana penyelarasan etika konsumsi mampu menjadi solusi preventif atas distorsi gaya hidup modern seperti hiper-konsumerisme. Studi ini memposisikan diri untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memetakan ulang fungsi konsumsi yang berorientasi pada kemaslahatan publik secara terukur.

Berdasarkan kesenjangan penelitian di atas, maka tujuan dalam kajian ini adalah menjelaskan definisi serta landasan teologis yang membentuk konsep konsumsi dalam Islam, mengidentifikasi

hierarki kebutuhan manusia (*dharuriyyah*, *hajiyyah*, *tahsiniyyah*) sebagai tujuan konsumsi, menguraikan etika konsumsi serta menganalisis peran *maslahah* dan perlindungan terhadap lima unsur pokok (*al-din, nafs, nasl, maal, aql*) dalam aktivitas konsumsi.

Secara teoritis, kajian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ekonomi syariah, khususnya mengenai perilaku konsumen. Secara praktis, pembahasan ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi individu Muslim dalam mengelola harta secara proporsional, menghindari sifat kikir maupun berlebihan (*israf*) serta meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial melalui konsumsi yang berorientasi pada keberkahan dan investasi akhirat.

2. Tinjauan Literatur

2.1. Definisi dan Konsep Dasar Konsumsi dalam Islam

Secara etimologis, istilah konsumsi berakar dari bahasa Inggris *consume* atau *consumption* yang bermakna aktivitas menghabiskan atau menggunakan sesuatu. Sementara itu, Paul Samuelson menekankan bahwa konsumsi adalah upaya memperoleh nilai guna barang dan jasa melalui pengeluaran. Dengan demikian, konsumsi dapat disimpulkan sebagai aktivitas konsumen dalam memanfaatkan nilai guna (*utility*) suatu produk.

Konsumsi dalam kacamata Islam bukan sekadar aktivitas untuk memenuhi kebutuhan materi semata, melainkan juga merupakan bentuk ibadah yang memiliki dimensi spiritual dan sosial (Amelia, 2024). Aktivitas ini diarahkan pada pilihan-pilihan atau preferensi yang mengandung *maslahah*, yaitu kebaikan dan kemanfaatan yang bertujuan untuk kemakmuran individu, masyarakat, serta umat secara keseluruhan (Stevia & Arif, 2025). Teori ekonomi mikro Islam memandang bahwa perilaku konsumsi dibentuk oleh prinsip syariat yang mewajibkan penggunaan barang halal serta pemanfaatan bagi sesama.

Dalam kehidupan setidaknya terdapat tiga kategori tujuan konsumsi yang dilakukan manusia di antaranya:

a. *Dharuriyyah*

Kebutuhan *Dharuriyyah* adalah kebutuhan paling mendasar yang berkaitan langsung dengan kelangsungan hidup seseorang. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka nyawa atau eksistensi manusia dapat terancam. Contoh utamanya meliputi oksigen, makanan, dan minuman. Secara syariat, Allah SWT. telah menjamin pemenuhan kebutuhan ini dengan menyediakan sumber daya alam yang melimpah. Hal

ini ditegaskan dalam Q.S. Al-An'am ayat 141; yang mengingatkan manusia untuk menikmati hasil bumi seperti buah-buahan dan biji-bijian, menunaikan hak orang lain melalui zakat, namun tetap menjaga batasan agar tidak berperilaku konsumtif atau berlebihan.

b. *Hajiyyah*

Kebutuhan *Hajiyyah* berfungsi sebagai penunjang untuk mempermudah aktivitas dan menghilangkan kesulitan dalam hidup. Meskipun tidak bersifat fatal atau mengancam nyawa jika tidak terpenuhi, kebutuhan ini sangat penting bagi kenyamanan dan efisiensi manusia, seperti kepemilikan pakaian yang layak, tempat tinggal, serta sarana transportasi. Pemenuhan aspek ini biasanya menjadi prioritas tepat setelah kebutuhan pokok (*dharuriyyah*) telah tercukupi.

c. *Tahsiniyyah*

Kebutuhan *Tahsiniyyah* merupakan kebutuhan yang bersifat pelengkap dan aksesoris untuk memperindah serta meningkatkan kualitas hidup manusia setelah kebutuhan primer dan sekunder tercukupi. Dalam pandangan Islam, kebutuhan ini berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan martabat dan kenyamanan agar seorang hamba dapat menjalankan pengabdian kepada Allah Swt. dengan lebih optimal dan penuh rasa syukur. Pemenuhan aspek tersier, seperti penggunaan barang berkualitas atau fasilitas yang lebih nyaman, akan bernilai ibadah jika diniatkan untuk meningkatkan performa ketaatan, namun tetap harus dijaga agar tidak terjerumus ke dalam perilaku berlebih-lebihan (*israf*) atau sekadar untuk menyombongkan diri.

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas konsumsi bukan sekadar pemenuhan keinginan fisik, melainkan sarana ibadah untuk mencapai kebahagiaan sejati yang disebut *falah*. Individu Muslim memandang konsumsi sebagai bentuk ketaatan kepada Allah, kemudian sebuah keberhasilan ekonomi diukur dari sejauh mana aktivitas tersebut mendekatkan diri kepada Sang Pencipta. Dalam kerangka ini, kebutuhan manusia memiliki batasan yang terukur, selama pemanfaatan sumber daya difokuskan pada kemaslahatan dan pemenuhan kebutuhan pokok, maka kelangkaan bukanlah ancaman utama (Beik et al., 2024). Siddiqi (2023) menambahkan bahwa batas kecukupan dalam tujuan konsumsi ditandai oleh kembalinya surplus harta ke dalam siklus sosial ekonomi melalui filantropi, bukan penimbunan kekayaan.

Secara mendasar, tujuan konsumsi bagi seorang Muslim adalah untuk menjamin keberlangsungan hidup melalui pemenuhan kebutuhan primer. Perilaku belanja ini tidak muncul secara acak,

melainkan dibimbing secara eksplisit oleh Al-Qur'an dan Hadis. Kedua sumber hukum tersebut memberikan instruksi yang jelas agar seluruh kegiatan ekonomi diarahkan untuk membantu manusia meraih kemenangan, baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat kelak.

2.2. Etika Konsumsi Islami

Guna menghindari tumpang tindih analisis, etika dan prinsip konsumsi diturunkan ke dalam kerangka tunggal yang komprehensif. Perilaku konsumsi seorang Muslim dipandu oleh nilai dasar yang diadaptasi dari pemikiran Syed Nawab Haider Naqvi serta para ekonom pelopor ekonomi Islam (Mannan, 2022; Naqvi, 1985). Fondasi integratif tersebut meliputi aspek-aspek berikut:

a. Tauhid

Prinsip tauhid merupakan landasan utama dalam seluruh aktivitas ekonomi Islam, termasuk konsumsi. Tauhid menegaskan bahwa seluruh sumber daya yang ada di dunia merupakan milik Allah SWT dan manusia hanya sebagai khalifah yang diberi amanah untuk mengelolanya. Kesadaran tauhid mendorong individu untuk menjadikan aktivitas konsumsi sebagai bentuk ibadah serta tidak semata-mata untuk memenuhi kepuasan duniawi.

Kesadaran ini juga membentuk tanggung jawab sosial, oleh karena itu kesejahteraan pribadi tidak boleh dicapai dengan merugikan pihak lain atau lingkungan. Prinsip tauhid menuntut adanya keseimbangan antara kepentingan material dan spiritual dalam setiap keputusan konsumsi (Aziz et al., 2024).

b. Keadilan

Prinsip keadilan (*'adl*) menempati posisi sentral dalam teori konsumsi Islam. Keadilan dalam konsumsi berarti menggunakan sumber daya secara proporsional, tidak berlebihan, serta tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Keadilan juga tercermin dalam pemilihan barang dan jasa yang halal serta tidak membahayakan. Perilaku konsumsi yang adil menuntut individu untuk menghindari praktik zalim, seperti eksploitasi, kecurangan, dan pemborosan. Konsumsi harus dilakukan secara sepatutnya sesuai dengan nilai kebenaran dan ketentuan syariah (Hanapia et al., 2019). Menurut Mannan (2022), aspek keadilan ini membatasi individu agar tidak mengonsumsi komoditas yang produksinya merusak tatanan sosial masyarakat.

c. Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas (*al-hurriyah*) dalam ekonomi Islam pada dasarnya merupakan konsep kebebasan yang bertanggung jawab, di mana individu diberikan hak sepenuhnya untuk menentukan aktivitas konsumsi sesuai preferensi

pribadi namun tetap berada dalam koridor syariah. Berbeda dengan kebebasan tanpa batas, prinsip ini menekankan bahwa setiap pilihan ekonomi harus dilandasi pada nilai-nilai moral agar tidak merugikan orang lain, menghindari konsumsi yang dilarang, serta menjaga keseimbangan antara kepuasan individu dengan kemaslahatan sosial. Dengan demikian, kehendak bebas dalam perspektif ini menempatkan manusia sebagai agen yang mandiri sekaligus bertanggung jawab yang pada praktiknya pemenuhan kebutuhan materi harus selalu beriringan dengan dimensi etika dan pertanggungjawaban spiritual. Oleh karena itu, Islam mengajarkan bahwa kebebasan ekonomi harus berjalan seiring dengan tanggung jawab (Aziz et al., 2024).

d. Amanah/Tanggungjawab

Prinsip amanah menekankan bahwa harta yang dimiliki manusia merupakan titipan dari Allah SWT yang harus digunakan secara bertanggung jawab melalui pertimbangan aspek manfaat, keberkahan, serta dampaknya terhadap diri sendiri maupun masyarakat. Sebagai pengembal amanat atau khalifah, manusia memang diberikan kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah, namun kebebasan dalam berkonsumsi tersebut harus dibarengi dengan kejujuran agar tidak terjadi penyalahgunaan atau pemborosan. Dalam hal ini, manusia memiliki kehendak bebas namun tetap memikul tanggung jawab penuh terhadap diri sendiri, lingkungan, dan Tuhan, karena setiap aktivitas konsumsi pada hakikatnya menjadi hal yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Jika ekonomi konvensional baru mengenal istilah *corporate social responsibility* (CSR), maka ekonomi Islam telah mengintegrasikan nilai tanggung jawab sosial tersebut sejak awal kemunculannya (Jalaluddin & Khoerulloh, 2020).

e. Halal

Prinsip halal merupakan batasan utama dalam konsumsi Islam. Seorang Muslim diwajibkan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang halal, baik dari segi zat, cara memperoleh, maupun prosesnya. Konsumsi barang haram dilarang karena dapat berdampak negatif terhadap fisik, moral, dan spiritual individu. Konsep halal juga berkaitan dengan *thayyib* (baik), yaitu sesuatu yang bermanfaat, sehat, dan tidak membahayakan. Oleh karena itu, standar konsumsi dalam Islam tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga baik dari segi kualitas dan dampaknya.

f. Kesederhanaan

Pola konsumsi yang dianjurkan adalah Proporsional. Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Furqan: 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

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

Prinsip kesederhanaan (*wasathiyah*) mengajarkan agar konsumsi dilakukan secara moderat, tidak berlebihan (*israf*), dan tidak pula kikir. Islam melarang perilaku konsumtif yang berlebihan karena dapat menimbulkan kerusakan individu maupun sosial. Kesederhanaan mengarahkan individu untuk membelanjakan harta sesuai kebutuhan, bukan keinginan semata. Pola hidup sederhana juga mencerminkan sikap efisien, pengendalian diri, serta kepedulian terhadap kondisi sosial masyarakat (Hanapia et al., 2019).

Prinsip keadilan, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial merupakan fondasi utama yang menekankan pentingnya keseimbangan dalam membelanjakan harta (Amelia, 2024). Konsumen Muslim diperintahkan untuk menghindari perilaku berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan tanpa pertimbangan kebutuhan (*tabdhir*). Al-Qur'an secara eksplisit mengarahkan agar pembelanjaan dilakukan secara proporsional, yakni berada di tengah-tengah antara sifat kikir dan berlebihan. Selain itu, aspek *thayyib* atau kebaikan kualitas barang menjadi syarat mutlak selain status kehalalannya (Beik et al., 2024).

2.3. Prinsip Konsumsi Islami

Seorang Muslim wajib memegang teguh lima prinsip utama dalam beraktivitas konsumsi, yakni keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, serta moralitas.

a. Prinsip Keadilan

Adil berarti bersikap sepatutnya, sesuai dengan kebenaran. Keadilan yang dimaksud dalam aktivitas ekonomi yaitu mengonsumsi sesuatu sesuai dengan syariah Islam yakni mengonsumsi yang halal dan tidak membahayakan tubuh. Prinsip keadilan dalam konsumsi adalah mengonsumsi yang halal dan baik (tidak membahayakan tubuh), dan menghindari yang haram yang membahayakan baik secara fisik maupun moral dan spiritual (Hisan & Haniatunnisa, 2023).

Firman Allah Swt. dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 yakni:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya, “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu”.

b. Prinsip Kebersihan

Dalam melakukan konsumsi, prinsip yang harus dipenuhi adalah prinsip kebersihan yang mengandung unsur bersih, baik, sehat dan higienis. Korelasi kata thayyib dan halal dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 mengandung kewajiban untuk menjauhi cara-cara yang tidak halal dalam memperoleh makanan dan minuman yang baik dan bersih atau menggunakannya pada hal-hal yang haram atau bisa menimbulkan keharaman dan kemudharatan.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip kesederhanaan mengatur manusia untuk tidak bersikap berlebihan (*israf*). Dalam kegiatan konsumsi, hendaklah memperhatikan unsur kesederhanaan dan tidak bermewah-mewah. Sikap rakus dan berlebih lebihan sangat dikecam oleh Islam karena merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial (Zakiah, 2022).

d. Prinsip Kemurahan Hati

Hati Prinsip kemurahan hati mempunyai dua makna, yaitu kemurahan Allah SWT. kepada manusia yang telah memberikan rahmat dan nikmat Nya melalui sifat Rahman dan Rahim-Nya dan sikap murah hati manusia dengan menafkahkan sebagian hartanya untuk orang lain.

Allah SWT. berfirman dalam Surat Al-Maidah ayat 96:

أَحَلَّ لَكُمْ صَيْدَ الْبَحْرِ وَطَعَامَهُ مَتَاعًا لَّكُمْ وَلِلْغَايَةِ وَحَرَّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدَ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرُمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ﴿٩٦﴾

Artinya: “Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal dari laut) sebagai makanan yang lezat bagi kamu dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam keadaan ihram. Dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan”.

e. Prinsip Moralitas

Allah memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral spiritual. Prinsip moralitas dalam kegiatan konsumsi bermakna bahwa konsumsi dilakukan dengan mempertimbangkan

unsur etika dan norma-norma yang berlaku, seperti duduk ketika makan dan minum, membaca basmalah sebelumnya, menggunakan pakaian yang sopan menurut norma sosial, tidak menyalakan musik terlalu keras sehingga mengganggu ketenangan orang lain, membuang sampah pada tempatnya, tidak mengkonsumsi barang yang dapat merugikan diri dan orang lain seperti merokok yang asapnya mengganggu kesehatan orang lain.

Konsep moralitas dalam mengonsumsi barang atau jasa dalam Islam menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara seseorang yang hanya mencari kepuasan, kenikmatan, dan kebahagiaan semata tanpa mengindahkan aturan-aturan Islam dengan seseorang yang melakukan konsumsi yang menerapkan aturan-aturan Islam.

3. Metode

Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi pustaka (*library research*) untuk menganalisis literatur ekonomi Islam, mulai dari teks normatif Al-Qur'an dan Hadis hingga pemikiran para ahli seperti Paul Samuelson, Syed Nawad Naqvi, dan Imam al-Ghazali. Kriteria pemilihan literatur ditentukan berdasarkan relevansi substantif dengan tema konsumsi Islam, menggunakan data primer berupa kitab-kitab otoritatif ekonomi Islam klasik dan data sekunder berupa jurnal bereputasi nasional serta internasional dalam rentang waktu terbitan tahun 2022 hingga 2026.

Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi mengenai hierarki kebutuhan, etika, dan prinsip syariat, Prosedur analisis pustaka dilakukan melalui tiga tahapan teknik analisis isi (*content analysis*): pertama, reduksi data dengan mengeliminasi konsep konsumsi konvensional yang tidak relevan; kedua, kategorisasi data berdasarkan variabel etika, hierarki kebutuhan, dan indikator *maqashid*; ketiga, penarikan kesimpulan melalui sintesis kritis untuk membangun model operasional konsumsi Islami.

Analisis ini bertujuan mendeskripsikan secara sistematis bagaimana konsep *masalah* dan perlindungan terhadap lima unsur pokok kehidupan agama, jiwa, keturunan, harta, dan akal menjadi indikator kesejahteraan dalam mencapai *falah* melalui keseimbangan kepentingan material serta spiritual.

4. Pembahasan

Dalam ekonomi Islam, masalah merupakan tujuan utama yang hendak dicapai dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi. Konsep masalah dipandang sebagai indikator yang lebih

objektif dibandingkan konsep utilitas dalam ekonomi konvensional untuk menganalisis perilaku konsumen (Beik et al., 2024). Secara konseptual, masalah diartikan sebagai segala bentuk keadaan, baik yang bersifat material maupun nonmaterial, yang mampu meningkatkan martabat manusia sebagai makhluk yang mulia. Dalam kerangka pemikiran Islam, Imam al-Ghazali menjelaskan bahwa kesejahteraan masyarakat (masalah) bertumpu pada perlindungan terhadap lima unsur pokok kehidupan, yaitu agama (*al-din*), jiwa (*nafs*), keturunan (*nasl*), harta (*maal*), dan akal (*aql*). Perlindungan terhadap lima unsur tersebut diarahkan untuk mewujudkan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat sesuai dengan tuntunan wahyu. Untuk mencapai tujuan tersebut, al-Ghazali mengembangkan hierarki kebutuhan yang terdiri atas kebutuhan primer (*daruriyyat*), kebutuhan sekunder (*hajiyyat*), dan kebutuhan tersier (*tahsiniyyat*). Klasifikasi ini menunjukkan adanya prioritas pemenuhan kebutuhan yang tidak hanya berorientasi pada aspek fisik, tetapi juga mencakup dimensi psikologis dan sosial manusia (Zakiah, 2022). Penyelarasan teori *maqashid* ini dipertegas oleh Chapra (2022) yang menyatakan bahwa utilitas tanpa panduan moral cenderung menciptakan kerusakan kesejahteraan psikologis dalam jangka panjang.

Jika ditinjau dari realitas kontemporer, penafsiran masalah harus ditransformasikan untuk menganalisis fenomena modern seperti maraknya fitur belanja impulsif digital (*paylater*), budaya pamer (*flexing*) di media sosial, dan konsumerisme akut. Perilaku konsumsi masyarakat Muslim modern sering kali bergeser dari pemenuhan kebutuhan nyata (*needs*) menuju pemenuhan gengsi atau keinginan (*wants*). Fenomena *paylater* yang berujung pada utang konsumtif untuk barang-barang *tahsiniyyah* secara tegas melanggar prinsip kesederhanaan dan mengancam perlindungan terhadap harta (*hifzh al-maal*). Konsumsi yang berorientasi pada masalah menuntut individu Muslim kontemporer melakukan *digital self-control* memilih produk bukan berdasarkan algoritma tren viral, melainkan berdasarkan nilai keberkahan, kemanfaatan, dan kontribusi sosialnya terhadap pemerataan ekonomi masyarakat melalui filantropi Islam (Isnaini & Putri, 2025).

Dalam ekonomi Islam, masalah hanya dapat dicapai melalui aktivitas konsumsi yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Konsumsi tidak dipandang sekadar sebagai sarana untuk memenuhi keinginan pribadi, tetapi juga harus dilakukan secara proporsional dengan menghindari sikap berlebihan

(*israf*). Oleh karena itu, tingkat kepuasan tidak hanya ditentukan oleh jumlah barang yang dikonsumsi, melainkan juga oleh nilai spiritual yang menyertainya. Selain memenuhi kebutuhan diri, seorang muslim dianjurkan untuk menyalurkan sebagian hartanya melalui zakat, infak, dan sedekah sebagai bentuk investasi ukhrawi yang sekaligus mendukung kesejahteraan masyarakat (Suryani & Taufiq, 2023). Dengan demikian, Islam membolehkan umatnya menikmati nikmat yang diberikan Allah SWT, namun tetap mengarahkan pola konsumsi agar memberikan manfaat yang lebih luas dan menghasilkan kemaslahatan bagi kehidupan dunia maupun akhirat (Maghfiroh et al., 2022).

Konsep *masalah* dalam ekonomi Islam menegaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus berorientasi pada keberlanjutan dan keadilan sosial. Sebagai landasan normatif, *masalah* membimbing individu untuk menyeimbangkan kepentingan duniawi dan ukhrawi dalam perilaku konsumsi. Pemahaman ini mendorong terbentuknya pola konsumsi yang lebih bijaksana, menghindari sikap berlebihan, serta mendukung pemerataan distribusi kekayaan. Selain itu, penanaman nilai keadilan distributif dan pengendalian konsumsi yang berlebihan diyakini mampu mengurangi ketimpangan sosial serta meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh (Isnaini & Putri, 2025).

Implikasinya, konsumen yang berorientasi pada kemaslahatan akan memperoleh tingkat kepuasan yang lebih tinggi karena tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi dari suatu barang, tetapi juga keberkahan yang menyertainya. Dalam analisis permintaan Islam, penurunan harga suatu barang tidak selalu direspons dengan peningkatan konsumsi untuk kepentingan duniawi semata. Sebaliknya, individu juga berpotensi mengalokasikan kelebihan pendapatannya untuk aktivitas yang bernilai ibadah, seperti zakat, infak, dan sedekah. Dengan demikian, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada utilitas individual, tetapi juga pada pencapaian kesejahteraan kolektif dan kebahagiaan yang berkelanjutan di dunia maupun di akhirat.

5. Kesimpulan

Konsumsi dalam perspektif Islam merupakan aktivitas ekonomi yang memiliki kedudukan sebagai bagian integral dari ibadah, di mana tujuannya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga dimensi spiritual dan sosial. Berbeda dengan paradigma konvensional yang berfokus pada kepuasan maksimal (*utility*), Islam mengarahkan

perilaku konsumsi pada pencapaian *masalah* atau kemanfaatan yang membawa kebaikan bagi individu dan masyarakat.

Islam memandu manusia dalam mengelola sumber daya melalui klasifikasi hierarki kebutuhan yang terdiri dari *dharuriyyah* (primer), *hajiyyah* (sekunder), dan *tahsiniyyah* (tersier).

Etika konsumsi Islami didasarkan pada prinsip-prinsip fundamental seperti tauhid, keadilan, kehendak bebas, amanah, kehalalan, dan kesederhanaan. Prinsip-prinsip tersebut harus senantiasa diaplikasikan guna mencapai tujuan utama dalam ekonomi Islam yakni Masalahah.

Kontribusi teoritis dari kajian ini menegaskan bahwa tingkat pemenuhan kepuasan (*falah*) dalam Islam berbanding lurus dengan kemampuan konsumen mengintegrasikan etika tauhid dan keadilan dalam membatasi konsumsi barang tersier.

6. Saran

Bagi setiap individu Muslim, sangat disarankan untuk senantiasa meninjau kembali pola konsumsinya agar tidak terjebak dalam budaya konsumerisme digital yang hanya mengejar keinginan tanpa batas. Pengendalian diri dalam membelanjakan harta harus dilakukan dengan memprioritaskan kebutuhan pokok dan kemaslahatan umat di atas kepentingan pribadi yang bersifat mewah atau sekadar menyombongkan diri.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas keterbatasan studi teoretis ini dengan menguji secara empiris model perilaku konsumsi *masalah* ini menggunakan metode kuantitatif atau pendekatan studi kasus pada generasi Z Muslim, guna mengukur tingkat efektivitas religiusitas terhadap pengendalian perilaku belanja impulsif di platform *e-commerce*.

7. Referensi

Amelia, R. (2024). Konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 3(2), 12–24.

Aziz, A., dkk. (2024). *Pengantar ekonomi mikro dalam Islam* (N. Febriyanti, Ed.). Balai Literasi Bangsa.

Beik, I. S., Arif, M. N. R. Al, Herianingrum, S., & Hasanah, A. (2024). *Ekonomi mikro Islam* (A. Sakti & Nurzaman, Eds.). Bank Indonesia.

Chapra, M. U. (2022). *The Islamic vision of development in the light of maqashid al-shariah*. International Institute of Islamic Thought (IIIT).

Hanapia, A. Y., Nasution, F. Z., Komaludin, A., & Surgawati, I. (2019). *Penerapan ekonomi Islam dalam era disruptif*. Perdana Publishing.

Hisan, D. G., & Haniatunnisa, S. (2023). Faktor konsumsi dalam ekonomi Islam. *An Nawawi: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 3(1), 13–30. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>

Isnaini, R. K., & Putri, N. W. (2025). Analisis konsep masalah dalam konsumsi dari sudut pandang ekonomi Islam pada masyarakat di Desa Slawi-Wetan. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3. <https://doi.org/10.59059/masalah.v3i1.2038>

Jalaluddin, & Khoerulloh, A. K. (2020). Prinsip konsumsi dalam Islam: Tinjauan terhadap perilaku konsumen Muslim dan non-Muslim. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 3(2), 148–160. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/mr/index>

Kahf, M. (2023). *Islamic economics: Dynamics of wealth and consumption ethics*. Oxford University Press.

Maghfiroh, S., Ansori, S., & Khomsiyatun, U. (2022). Konsep *masalah* dan tinjauan preferensi konsumsi Islami pada bulan Ramadan di Indonesia. *Jurnal Penelitian Agama*, 23(1), 109–124. <https://doi.org/10.24090/JPA.V23I1.2022.PP109-124>

Mannan, M. A. (2022). *Islamic economics: Theory and practice in modern era*. Islamic Development Bank.

Siddiqi, N. (2023). *Role of state and society in Islamic market and consumer behavior*. Islamic Publications.

Stevia, & Arif, M. S. (2025). Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 29–40. <http://www.ejournal.an-nadwah.ac.id>

Suryani, Z., & Taufiq, M. (2023). Penerapan konsep *masalah* dalam konsumsi untuk mencapai *maximum utility*. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 2(1), 208–219.

Zakiah, S. (2022). Teori konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 180–194. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).