

PANDANGAN AL-QUR'AN TERHADAP ISU KONSUMERISME MASYARAKAT DI ERA GLOBALISASI

Febrika Eri Rahmawati

UIN Antasari Banjarmasin

Email: febrikaeri@gmail.com

Husnul Hamidatul Munauwarah

UIN Antasari Banjarmasin

Email: husnulhamidatulmunauwarah@gmail.com

Muhammad Rivaldi Akbar

UIN Antasari Banjarmasin

Email: rivaldiakbar68@gmail.com

Mahda

UIN Antasari Banjarmasin

Email: mahdamahda0212@gmail.com

Maulidatus Sa'adah

UIN Antasari Banjarmasin

Email: maulidatussaadah8@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how the Qur'anic study views in responding to consumerism issues in society in the digital era; namely including the existence of a lifestyle in following trends, showing off wealth, wasteful lifestyles and others. The research method is a qualitative descriptive method with the type of research included in the Library Research research type. The data sources in this study are primary data, namely books and journals which directly discuss the problem being studied, namely a theoretical study of the Qur'anic view of consumerism issues in society in the era of globalization. The results of the analysis are that there is criticism of the Qur'an on consumerism issues that directly prohibit such behavior, such as QS. Al-Ma'idah verse 88, Al-A'raf verse 21, Al-Baqarah verses 34 and 219 and Al-Isra verse 29. The solutions presented by the Qur'an include consuming halal and good food, prioritizing the

principle of benefit, not being wasteful and stingy and not boasting about wealth.

Keywords: The Qur'an's View, Consumerism Issues, Society, Globalization

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pandangan kajian Al-Qur'an dalam merespon isu-isu konsumerisme masyarakat di era digital; yaitu diantaranya adanya *life style* dalam mengikuti trend, pamer harta, pola hidup boros dan lain-lain. Metode penelitian adalah metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitiannya termasuk ke dalam jenis penelitian *Library Research*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yakni buku dan jurnal yang di dalamnya langsung membahas tentang masalah yang dikaji yakni kajian teoritis tentang pandangan Al-Qur'an terhadap isu-isu konsumerisme masyarakat di era globalisasi. Hasil analisisnya adalah terdapat kritikan Al-Qur'an terhadap isu-isu konsumerisme yang melarang secara langsung perilaku tersebut yaitu seperti QS. Al-Ma'idah ayat 88, Al-A'raf ayat 21, Al-Baqarah ayat 34 dn 219 serta Al-Isra ayat 29. Solusi yang dihadirkan Al-Qur'an adalah diantaranya dengan mengkonsumsi makanan halal lagi baik, mengedepankan asas manfaat, tidak boros dan pelit serta tidak menyombongkan harta.

Kata Kunci: Pandangan Al-Qur'an, Isu Konsumerisme, Masyarakat, Globalisasi

Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa orang lain. Sejak lahir manusia juga secara tidak sadar mereka sudah melakukan praktik konsumsi. Praktik konsumsi sendiri tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia contohnya adalah

ketika seorang bayi baru lahir dia menggunakan pakaian selain itu manusia juga mempunyai kebutuhan baik itu sandang atau pakaian, pangan yakni berupa makanan, dan papan berupa tempat tinggal. Perkembangan manusia di dalam kehidupannya juga terus mengalami perubahan-perubahan. Seiring kemajuan zaman saat ini arus globalisasi juga mempengaruhi pola konsumsi yang ada di masyarakat. Tren- tren baru seolah memenuhi kehidupan manusia. Tidak hanya itu kemajuan teknologi juga turut mempengaruhi daripada masuknya tren baru di suatu negara salah satunya Indonesia. Bagai langit tak bertepi tidak ada habisnya jika terus diikuti. Meningkatnya pola hidup yang konsumerisme juga sangat terasa di kehidupan saat ini. Arus globalisasi juga semakin hari semakin kuat yang menjadi salah satu penyebab konsumerisme tinggi saat ini. Tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga melebihi daripada pemenuhan kebutuhan dasar dan fungsional dalam kehidupan manusia. Meskipun di dalam kehidupan biologis kebutuhan sandang dan pangan telah terpenuhi tetapi tuntutan pergaulan sosial mengharuskan mereka merasa harus lebih daripada itu. Namun, sebagai umat Islam tentunya kita mempunyai tuntunan tersendiri dalam mengikuti perkembangan zaman. Memiliki empat sumber hukum Islam yakni Al-Qur'an, Hadis, Ijmak, dan Qiyas. Al-Qur'an sendiri merupakan sumber pokok ajaran Islam. Setelah munculnya berbagai macam isu konsumerisme di kalangan masyarakat di era globalisasi saat ini tentunya Al-Qur'an memiliki pandangan terhadap hal tersebut. Tuntunan yang ada di dalam Al-Qur'an itulah yang membentengi dan mencegah diri kita dari hal-hal yang tidak diinginkan dan terhindar dari perilaku konsumerisme berlebihan.

Pembahasan

A. Pengertian Konsumerisme

Secara etimologi kata konsumerisme berasal dari Bahasa Inggris yakni "*Consumerism*" yang di dalam kamus *Oxford Advanced Learners* edisi ke 7 di sana konsumerisme diartikan sebagai sesuatu yang kadang tidak disepakati dalam hal pembelian serta penggunaan barang dan jasa serta keyakinan yang mempunyai anggapan bahwa baik bagi sekelompok masyarakat maupun individu guna membeli serta menggunakan barang dan jasa dalam jumlah yang besar.¹ Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat di sana kata konsumerisme diartikan sebagai gerakan atau kebijakan yang bertujuan untuk melindungi konsumen atau pengguna dengan menyusun metode dan standar kerja baik produsen, penjual, maupun pihak *sponsorship*. Selain itu konsumerisme juga diartikan sebagai suatu paham atau *Lifestyle* yang selalu memandang atau berpendapat bahwa barang-barang mewah (*branded*) sebagai suatu kesenangan, menimbulkan kebahagiaan dan sikap serta perasaan lainnya yang secara singkatnya diartikan sebagai gaya hidup tidak hemat atau bergaya hidup tidak menggunakan gaya hidup *Frugal Living*.² Menurut Scholte yang dimaksud dengan konsumerisme adalah suatu perilaku manusia yang mudah terpicat dengan sesuatu tetapi dia juga mudah membuangnya berbagai macam barang yang mana barang tersebut tersedia dengan cepat namun si konsumen mempunyai kepuasan yang hanya berlangsung sebentar lalu kepuasan tersebut hilang dan barang tersebut berakhir terbuang. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan

¹ Ega Rusanti, "Islamic Rationality on the Influence of Global Consumerism Culture" 7, no. 1 (2021): 33–49.

² Al Qalam and Jurnal Ilmiah Keagamaan, "Contradictions Between Islamic Values And Western Consumerism: Educational Strategies For The Muslim Generation Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah Paciran , Lamongan , Jawa Timur , Indonesia Abstrak" 19, no. 5 (2025): 2649–62.

konsumerisme adalah suatu pola gaya hidup yang mana manusia mempunyai rasa ingin terhadap suatu benda dengan cepat namun manusia tersebut juga mudah bosan dengan benda yang dia miliki atau dengan kata lain tidak menerapkan gaya hidup *Frugal Living* dalam hidupnya.

B. Pengertian Globalisasi

Secara etimologi kata globalisasi berasal dari kata global yang memiliki arti umum atau universal. Para tokoh-tokoh dunia banyak memberikan pengertian terhadap globalisasi. Adapun pengertian globalisasi tersebut antara lain sebagai berikut³:

- a. Malcom Waters merupakan seorang profesor sosiologi yang berasal dari Universitas Tasmania. Menurut Malcom yang dimaksud dengan globalisasi adalah sebuah proses sosial yang mempunyai akibat adanya pembatasan dalam geografis dan keadaan sosial budaya menjadi kurang penting yang terdapat di dalam diri seseorang.
- b. Emanuel Richter merupakan seorang guru besar pada jurusan ilmu politik yang berasal dari Universitas Aachen, Jerman. Menurut Emanuel yang dimaksud dengan globalisasi adalah suatu hubungan kerja global yang dilakukan secara bersamaan yang mana pada awalnya masyarakat terpecah - pecah kemudian di satukan serta terisolasi menjadi saling ketergantungan dan dalam persatuan dunia.
- c. Princeton N Lyman merupakan seorang duta besar Amerika Serikat yang berada di Afrika Selatan. Menurut Princeton yang dimaksud dengan globalisasi adalah pertumbuhan yang terjadi sangat cepat yang mana adanya saling ketergantungan dan adanya hubungan perdagangan dan keuangan antar negara-negara di

³ Taufik Hidayatulloh, Dhea Dayuranggi Meghatruh, and Theguh Saumantri, "Konsumerisme Beragama Di Era Digital : Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Beragama Umat Islam Di Indonesia" 24, no. 2 (2024): 273–88.

dunia.

d. Selo Soemardjan merupakan Bapak Sosiologi Indonesia. Menurut Selo yang dimaksud dengan globalisasi adalah terciptanya suatu organisasi dan adanya komunikasi yang melibatkan antar seluruh Masyarakat di dunia untuk menerapkan sistem serta kaidah yang sama.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa globalisasi adalah suatu proses antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain di seluruh dunia yang menimbulkan adanya saling ketergantungan dan terciptanya suatu hubungan antara negara- negara di dunia.

C. Isu-Isu Konsumerisme Masyarakat di Era Globalisasi

Konsumsi merupakan bagian terpenting dan paling akhir kegiatan perekonomian karena di dalamnya terdapat keadaan di mana barang dan jasa dapat dimanfaatkan oleh konsumen.⁴ Namun, konsumsi masyarakat di era sekarang sudah melebihi dari standar konsumsi itu sendiri. Hal demikian sudah termasuk ke dalam sikap konsumerisme. Beberapa isu konsumerisme yang terjadi di masyarakat sekarang, di antaranya:

a. *Life Style* Secara Berlebihan dan Mengikuti Tren

Life style atau gaya hidup setiap kelompok masyarakat berbeda-beda. Namun gaya hidup yang berlebihan termasuk dalam perilaku konsumerisme. Contohnya saja dalam hal berpakaian. Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi setiap individual. Akan tetapi, pakaian yang berlebihan hingga melupakan fungsi dari pakaian itu juga dilarang dalam Islam.

Dalam suatu riwayat dikemukakan, pada zaman

⁴ Aliza Fithriya Tsabita, Chayra Cordelia, and Bobby Ibtisam, "Analysis of Consumer Loyalty to Muslim Fashion Products Based on Islamic Values" 01, no. 03 (2024): 80–87.

jahiliyah ada seorang wanita yang tawaf di baitullah dengan telanjang bulat dan hanya bercawat secarik kain. Ia berteriak-teriak dengan mengatakan: “Pada hari ini aku halalkan sebagian atau seluruhnya, kecuali yang kututupi ini.” bersinggungan dengan itu turunlah Q.S. al-A’raf ayat 31.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُلُوا بِسِتْرِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. (Q.S. Al-A’raf [7]:31)

Ayat ini memerintahkan kepada manusia untuk berpakaian rapi ketika ingin memasuki masjid. Kemudian pada ayat berikutnya, al-A’raf ayat 32, Allah memberikan peringatan kepada orang-orang yang berani memberikan label haram atas apa yang diharamkan oleh Allah SWT.

Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini merupakan bantahan terhadap kaum musyrikin yang melakukan tawaf di Baitullah sambil telanjang secara sengaja, laki-laki bertawaf pada siang hari dan perempuan pada malam hari. Maka Allah Ta’ala berfirman, “*Wahai anak Adam, pakailah perhiasanmu setiap kali memasuki masjid.*” Yang dimaksud “perhiasan” di sini adalah pakaian untuk menutupi kubul dan dubur. Sedangkan Quraish Shihab dalam tafsir al-Mishbah menjelaskan bahwa Wahai anak-anak Adam, pakailah pakaian kamu yang indah minimal dalam bentuk menutup aurat, karena membukanya pasti buruk. Lakukan itu di setiap memasuki dan berada di masjid, baik masjid dalam arti bangunan khusus maupun dalam pengertian yang luas, yakni persada bumi ini, dan makanlah makanan yang halal,

enak, bermanfaat lagi bergizi, berdampak baik serta minumlah apa saja, yang kamu sukai selama tidak memabukkan tidak juga mengganggu kesehatan kamu dan janganlah berlebih-lebihan dalam segala hal, baik dalam beribadah dengan menambah cara atau kadarnya demikian juga dalam makan dan minum atau apa saja, karena sesungguhnya Allah tidak menyukai, yakni tidak melimpahkan rahmat dan ganjaran bagi orang-orang yang berlebih-lebihan dalam hal apapun. Sekilas dari ayat ini, terlihat bahwa pakaian juga turut diatur dalam Al-Qurán.⁵

Di Indonesia sendiri, konsep mengenai *life style* terlahir di era 1990-an. Gaya hidup tersebut lahir karena diakibatkan oleh adanya globalisasi di bidang industri media. Masyarakat Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat konsumen di era tersebut lambat laun akan mulai tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan, industri di bidang fashion, kecantikan dan kuliner dengan semakin disukainya produk asing, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari *life style* yang diakibatkan dari iklan dan televisi.

Salah satu penyebab munculnya perilaku konsumerisme ini adalah seorang *public figure* (selebritis). Seperti yang diungkapkan oleh Primada Qurrota Ayun, Adorno dan Max Horkheimer mengatakan bahwa tren dari gaya hidup para selebriti merupakan suatu gaya hidup yang dapat memudahkan kemanusiaan, karena dengan gaya hidup para selebritis yang cukup glamor dapat membuat massa terhipnotis untuk menirukan gaya hidup para selebriti. Selebritas sendiri merupakan suatu kelompok yang secara tidak sadar akan memicu adanya penindasan dalam segi ekonomi, hal tersebut akan

⁵ Sazalia Naura Azzahra et al., "Perilaku Konsumtif Muslim Di Era E-Commerce : Tinjauan Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam," no. September (2025).

menumbuhkan suatu khayalan-khayalan dan mimpi palsu bagi para penggemarnya.⁶

b. Pamer Harta

Kesombongan atas sesuatu yang dimiliki juga termasuk dalam perilaku konsumerisme. Seseorang memandang dirinya di atas manusia lainnya, sehingga dia menganggap dirinya besar dan meremehkan orang lain. Kesombongan ini akan mendorong kepada kesombongan terhadap perintah Allah swt. Sebagaimana kesombongan Iblis terhadap Nabi Adam a.s. Mendorongnya untuk enggan melaksanakan perintah Allah untuk sujud kepada Adam a.s. di sisi lain, Nabi Muhammad juga bersabda: “Barang siapa menyeret pakaiannya dengan sebab sombong, Allah tidak akan melihatnya pada hari kiamat. Lalu Abu Bakar berkata, “sesungguhnya terkadang salah satu sisi sarungku turun kecuali jika aku menjaganya”. Maka Nabi bersabda, “engkau tidak termasuk orang yang melakukannya dengan sebab sombong”.(HR. Al-Bukhari dan lainnya dari Ibnu ‘Umar r.a.).

Al-Qur’an juga dengan tegas melarang masyarakat muslim untuk berjalan di atas muka bumi ini dengan sikap sombong sebagaimana tercantum dalam Q.S. al-Isra’ ayat 37.

Artinya:

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ
تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا

“Dan janganlah engkau berjalan di bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan tidak akan mampu menjulang setinggi gunung.”

⁶ Lina Marlina and Latief Awaludin, “Exploration of Islamic Values in Controlling Muslim Consumption Behaviour in Bandung City: A Phenomenological Study of The Digital Era,” 2025, 51–62.

Imam al-Maraghi menjelaskan dalam tafsirnya tentang Q.S. al-Isra' ayat 37 ini. Dan jangan kamu berjalan di muka bumi dengan bersikap sombong bergoyang-goyang seperti jalannya para raja yang angkuh. Karena, di bawahmu ada bumi yang kamu takkan mampu menembusnya dengan hentakanmu dan injakanmu yang keras terhadapnya, sedang di atasmu ada gunung-gunung yang kamu takkan mampu menggapainya. Jadi, kamu dilingkupi oleh dua macam benda mati yang kamu lebih lemah dari keduanya. Seding orang yang lemah dan terbatas, tak patutnya untuk bersikap sombong. Oleh karena itu, masyarakat yang memiliki perilaku konsumerisme seharusnya mampu mengontrol dirinya agar tidak terjatuh pada kesombongan.

c. Pola Hidup Boros

Perilaku konsumerisme mengakibatkan orang hidup boros, tidak produktif, dan hanya memberikan kesadaran palsu kepada masyarakat. Dalam hal ini seseorang akan dihargai dari seberapa banyak dia mengeluarkan uang sebagai konsumen. Semakin banyak uang yang dikeluarkan untuk membeli barang, semakin ia akan dihargai.⁷ Supaya mendapat penghargaan, orang rela membeli barang-barang yang sebetulnya tidak terlalu dia perlukan atau di luar kemampuannya. Dalam budaya kita, konsumerisme akan mengakibatkan orang terjebak dalam kehidupan yang tidak seimbang seperti sebuah pepatah yang sering didengar yaitu “lebih besar pasak dari pada tiang”.

D. Ayat-Ayat Al-Qur'an tentang Prinsip-Prinsip Konsumsi

Di dalam Al-Qur'an sangat banyak ayat Al-Qur'an yang membahas tentang konsumsi baik ayat Al-Qur'an yang turun pada periode di Makkah maupun di Madinah. Di dalam Al-Qur'an juga ada ayat-ayat yang menjelaskan tentang prinsip-prinsip konsumsi antara

⁷ Dhelvita Sari, “Transisi Perilaku Konsumen Islami : Tinjauan Terhadap Tren Belanja Online di Era Digital” 10 (2025): 375–90.

lain sebagai berikut:

- a. Memperhatikan kualitas dalam konsumsi

Hal ini terdapat di dalam firman Allah SWT. di dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

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

Artinya:

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (Q.S. Al-Baqarah [2]:168)

- b. Menjauhi sifat berlebih-lebihan dalam konsumsi

Hal ini seperti yang terdapat di dalam firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا
إِنَّهُ لَا يَحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. (Q.S. Al-A'raf [7]:31)

- c. Hindari sikap boros dalam konsumsi

Hal ini seperti yang terdapat di dalam firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-Isra ayat 26 - 27 sebagai berikut:

وَآتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۚ وَكَانَ الشَّيْطَانُ
لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara

boros.(Q.S. Al-Isrā' [17]:26)

Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.(Q.S. Al-Isrā' [17]:27)

d. Hindari sifat kikir dalam konsumsi

Hal ini seperti yang terdapat di dalam firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-Furqan ayat 67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذْ أَنْفَقُوا لَمْ يُسِفُوا وَلَمْ يَقْضُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.(Q.S. Al-Furqān [25]:67)

E. Kritik Al-Qur'an terhadap Isu Konsumerisme

Setelah mengetahui beberapa ayat yang secara eksplisit mengkritik budaya konsumerisme masyarakat modern, maka kita juga perlu mengetahui beberapa kasus spesifik yang mendapatkan kritikan oleh ayat tersebut sebagai berikut:

a. Memaksakan Untuk Membeli Suatu Barang

Memaksakan untuk membeli suatu barang mendapatkan kritik dari Al-Quran surat Al-Maidah ayat 88.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَقَدْ عَلِمْتُمُ بِهِ
مُؤْمِنُونَ

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Dalam tafsir Ath-Thabari, ayat ini ditujukan lebih khusus kepada orang-orang mukmin bahwa, takutlah, hai orang-orang beriman, bahwa kamu akan

melampaui batas-batasan dari Allah SWT, lalu kamu menghalalkan apa yang diharamkan bagimu, dan mengharamkan apa yang dibolehkan bagimu, dan waspadalah terhadap Allah agar kamu tidak mendurhakainya, maka murkanya akan turun atasmu, atau kamu akan disiksa olehnya.

Ayat ini mengedukasikan bahwa barang yang diperoleh harus dengan jalan yang baik. Namun dari beberapa kasus yang dikemukakan oleh media masa, banyak masyarakat yang memaksakan membeli suatu barang hanya karena untuk memenuhi kebutuhan. Contohnya memaksakan membeli *handphone* Iphone diera maraknya hanya karena untuk memenuhi gaya hidup. Sehingga pada tahap ini, Al-Qurán mengkritik perilaku konsumtif yang didasarkan pada perilaku anormatif.

b. Mengikuti Life Style secara Berlebihan

Sikap ikut-ikutan dalam memilih pakaian juga tidak luput dari kritikan Al- Qurán, seperti yang terdapat dalam Q.S. Al-A'raf 31.

يَا أَيُّهَا آدَمُ خُذْ زِينَتَكَ مِنْ عِنْدِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

Dalam suatu riwayat dikemukakan, pada zaman jahiliyah ada seorang wanita yang tawaf di baitullah dengan telanjang bulat dan hanya bercawat secarik kain. Ia berteriak-teriak dengan mengatakan: “pada hari ini aku halalkan sebagian atau seluruhnya, kecuali yang kututupi ini.” Maka turunlah ayat ini (Q.S. 7 Al-A'raf: 31) yang memerintahkan untuk berpakaian rapi apabila memasuki mesjid, dan ayat selanjutnya (Q.S. 7 al-A'raf: 32) memberikan

peringatan kepada orang-orang yang mengharamkan apa yang diharamkan oleh Allah SWT¹.

Sekilas dari ayat ini, terlihat bahwa pakaian juga turut diatur dalam Al- Qurán. Munculnya tren membeli baju dengan tidak menutup aurat yang mendapat kritikan dari ayat ini. Budaya barat yang masuk ke masyarakat dengan dalih tren membuat budaya masyarakat yang semakin luntur kulturenya. Contohnya ikut-ikutan dengan gaya pakaian artis mancanegara yang padahal kultur tersebut merupakan salah satu yang membuat rusaknya budaya. Sampai munculnya fenomena memakai jilbab dengan dikeluarkannya rambut poni yang merupakan budaya ikut-ikutan yang menyimpang dari syari'at.

c. Mengikuti tren dan boros konsumtif

Dalam suatu riwayat dikemukakan bahwa ayat ini turun berkaitan dengan, datang kiriman kepada Rasulullah pakaian katun, karena beliau seorang dermawan, pakaian itu dibagi-bagikannya. Setelah Rasulullah membagi-bagikannya, datanglah serombongan orang yang meminta bagian tapi ternyata telah habis. Ayat ini turun menegaskan bahwa apa yang didapat janganlah dihabiskan seluruhnya.

Budaya konsumerisme yang disinggung oleh ayat ini adalah membeli sesuatu bukan karena keperluan melainkan hanya mengikuti tren yang sedang berkembang. Di Indonesia sendiri, konsep mengenai *lifestyle* terlahir di era 1990-an.⁸ Gaya hidup tersebut lahir karena diakibatkan oleh adanya globalisasi di bidang industri media. Masyarakat Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat konsumen di era tersebut

⁸ Putriana Putriana et al., "Islamic Consumption Principle and Religiosity Toward Muslim Community Consumption Behavior Putriana Putriana Asmayantika (2017) Yang Menemukan Bahwa Prinsip Keutamaan Islam Dan Muslim . Religiusitas Menunjukkan Seberapa Jauh Pengetahuan , Penghayatan , " 12, no. 1 (2023): 113–27.

lambat laun akan mulai tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan, industri dibidang fashion, kecantikan, kuliner, gosip, dengan semakin disukainya produk asing, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari life style yang diakibatkan dari iklan dan televisi.

Adapun hal yang digolongkan ke dalam penyebab dari kemunculan budaya konsumen ini salah satunya adalah seorang publik figur (selebritis). Seperti yang diungkapkan oleh Primada Qurrota Ayun, Adorno dan Max Horkheimer mengatakan bahwa tren dari gaya hidup para selebritis merupakan suatu gaya hidup yang dapat memudahkan kemanusiaan, karena dengan gaya hidup para selebritis yang cukup glamor dapat membuat massa terhipnotis untuk menirukan gaya hidup para selebritis.⁹ Selebritis sendiri merupakan suatu kelompok yang secara tidak sadar akan memicu adanya penindasan dalam segi ekonomi, hal tersebut akan menumbuhkan suatu khayalan-khayalan dan mimpi palsu bagi para penggemarnya.

d. Pamer barang mahal

Keegoisan dan kesombongan atas barang dimiliki juga ikut serta mendapat kritikan dari Al-Qurán. Seseorang memandang dirinya di atas manusia lainnya, sehingga dia menganggap dirinya besar dan meremehkan orang lain.¹⁰ Kesombongan ini akan mendorong kepada kesombongan terhadap perintah Allah swt. Sebagaimana kesombongan Iblis terhadap Nabi Adam a.s. Mendorongnya untuk enggan melaksanakan perintah Allah untuk sujud kepada Adam a.s. di sisi lain, Nabi Muhammad juga bersabda:

⁹ Syamsiah Muhsin et al., "Consumption Theory and Benefit of Consumption (Masalah) in Islamic Consumer" 2 (2022): 319–30.

¹⁰ Sri Deti, "Halal Awareness and Muslim Consumer Behavior in Indonesia : A Systematic Literature Review" 4, no. June (2025): 121–47.

“Barang siapa menyeret pakaiannya dengan sebab sombong, Allah tidak akan melihatnya pada hari kiamat. Lalu Abu Bakar berkata, “sesungguhnya terkadang salah satu sisi sarungku turun kecuali jika aku menjaganya”. Maka Nabi bersabda, “engkau tidak termasuk orang yang melakukannya dengan sebab sombong”. (HR. Al-Bukhari dan lainnya dari Ibnu ‘umar r.a.)

Dalam Al-Qur’an juga melarang masyarakat Muslim untuk berjalan di atas dunia ini dengan sikap sombong, sebagaimana yang dilukiskan dalam Q.S. Al-Isra’ ayat 37, “Dan janganlah kamu berjalan di muka bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan sekali-kali kamu tidak akan sampai setinggi gunung” Dan jangan kamu berjalan di muka bumi dengan bersikap sombong bergoyang-goyang seperti jalannya para raja yang angkuh. Karena, di bawahmu ada bumi yang kamu takkan mampu menembusnya dengan hentakanmu dan injakanmu yang keras terhadapnya, sedang di atasmu ada gunung-gunung yang kamu takkan mampu menggapainya. Jadi, kamu dilingkupi oleh dua macam benda mati yang kamu lebih lemah dari keduanya. Seding orang yang lemah dan terbatas, tak patutnya untuk bersikap sombong.¹¹ Oleh karena itu masyarakat yang memiliki budaya konsumerisme harus mampu menakar dirinya agar tidak jatuh kepada kesombongan.

F. Solusi Al-Qur'an terhadap Isu Konsumerisme di Era Globalisasi

Adapun solusi Al-Qur'an terhadap isu Konsumerisme di Era globalisasi adalah:

1. Mengkonsumsi makanan yang halal dan baik

Dalam kegiatan ekonomi, lebih tepatnya kegiatan berkonsumsi seorang muslim haruslah

¹¹ Putri Rizqi Maulia et al., “Analysis of Muslim Consumer Behavior in Facing Consumption Challenges in the Digital Age,” *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2025): 124–39.

mengonsumsi produk yang sesuai dengan ajaran Islam yakni terdapat kehalalan serta tidak terdapat unsur haram sebagaimana al-Quran menyatakan dalam Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَتَقُولُوا اللَّهُ الَّذِي ۖ لَنتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

"Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya." (QS. Al- Ma'idah 5: Ayat 88)

2. Larangan bersikap Isrof (Royal) dan Tadzir (sia-sia)

Adapun nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Sependapat dengan pernyataan ini, Pradja (2015:69) dalam ekonomi Islam hidup sederhana itu suatu nilai bertolak belakang dengan ekonomi kapitalis yang menganggap konsumerisme adalah suatu nilai. Konsumerisme identik dengan gaya hidup mewah. Gaya hidup mewah sebagai perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melalaikan dari hal hal mulia dan akhlak yang luhur. Ali Abd Ar-Rasul dalam Rozalinda (2016:109) menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut. Bagi Afzalur Rahman dalam Rozalinda (2016:109) kemewahan merupakan berlebih- lebihan dalam kepuasan pribadi dan membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu. Terdapat dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ ۖ رِىَ نَتَتَّكُم ۚ عَنِ ذٰكُلٍ مَّسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرُّوْا ۚ وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۙ

"Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf 7: Ayat 31)

Sikap mewah biasanya diiringi hidup berlebih-lebihan (melampaui batas atau israf). Israf atau royal menurut Alfazul Rahman dalam Rozalinda (2016:219) ada tiga pengertian, yaitu menghambur-hamburkan kekayaan pada hal-hal yang diharamkan seperti mabuk-mabukan dan berjudi; pengeluaran yang berlebih-lebihan pada hal-hal yang dihalalkan tanpa perduli apakah sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedemawanan hanya sekedar pamer belaka. Islam memuji dan menyanjung sikap orang-orang yang berbuat ekonomis dan hemat dalam kehidupan mereka.¹² Dalam hal ini, Islam menginginkan sikap ekonomis menjadi moral agama yang fundamental dan moral pribadi kaum Muslim.

3. Mengedepankan asas manfaat

Islam sangat mengedepankan asas manfaat ini, sehingga jika barang yang dibeli mendatangkan kemudharatan, maka Islam melarang hal tersebut, seperti membeli atau mengonsumsi barang haram, seperti yang ditegaskan dalam Al-Baqarah ayat 219:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ
وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ ۚ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا ۚ
وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنفِقُونَ ۗ قُلِ الْعَفْوَ ۚ كَذَلِكَ
يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ۚ

"Mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang khamar dan judi. Katakanlah, "Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. Tetapi dosanya lebih besar daripada manfaatnya." Dan mereka menanyakan kepadamu (tentang) apa yang (harus) mereka infakkan. Katakanlah, "Kelebihan (dari apa yang diperlukan)." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya

¹² Alin Nuril Asyifin, Mohammad Zainudin Aklis, and Universitas Ivet Semarang, "Konsumerisme Pada Santri Di Era Digital" 6, no. 2 (2024): 1–8.

kepadamu agar kamu memikirkan," (QS. Al-Baqarah 2: Ayat 219)

Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir. Tidak boros dan tidak pula pelit terhadap diri sendiri

Islam melarang penganutnya untuk berperilaku pelit, tidak ingin mengeluarkan hartanya untuk keperluan sedekah atau konsumsi sehingga dengan sikap tersebut memunculkan kemudaratannya, seperti kelaparan dan lain sebagainya. Sebaliknya, Islam juga melarang pemeluknya untuk menghambur-hamburkan uang untuk keperluan yang tidak mendesak. Dua hal ini terdapat dalam Q.S. Al-Isra' ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ
فَتَقْعَدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

"Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal." (QS. Al-Isra 17: Ayat 29)

4. Tidak menyombongkan harta

Islam melarang perilaku sombong dalam segala bidang, termasuk juga dalam hal menggunakan barang tertentu. Sifat sombong merupakan sifat yang dimiliki oleh Iblis ketika diperintahkan hormat kepada Nabi Adam, sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 34:

وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلٰٓئِكَةِ اسْجُدُوْا لِاٰدَمَ فَسَجَدُوْۤا اِلَّاۤ اِيۡلٰسَ ۚ
اَبٰی وَاسْتَكْبَرَ ۖ وَكَانَ مِنَ الْكٰفِرِيْنَ

"Dan (ingatlah) ketika Kami berfirman kepada para malaikat, "Sujudlah kamu kepada Adam!" Maka mereka pun

sujud kecuali iblis. Ia menolak dan menyombongkan diri dan ia termasuk golongan yang kafir." (QS. Al-Baqarah 2: Ayat 34).

Lima hal di atas merupakan solusi konsumsi yang diperintahkan oleh Al- Qur'an. Beberapa hal tersebut tentu saja menjadi kritik terhadap realitas konsumerisme yang berkembang di tengah masyarakat modern. Lima hal tersebut berdialektika dengan perkembangan zamannya, sehingga menjadi norma otoritatif bagi pemeluk agama Islam.

Penutup

Di era modern ini, perilaku konsumerisme sudah banyak terjadi pada masyarakat global. Tak bisa dipungkiri, perilaku konsumerisme muncul karena pengaruh budaya yang terjadi di masyarakat. Baik dari budaya masyarakat lokal sendiri ataupun masyarakat lokal yang terpengaruh gaya hidup barat. Hidup dengan gaya berlebihan dan glamor dengan tujuan pamer harta adalah tindakan konsumerisme. Al-Qur'an sendiri telah menyinggung tentang adanya perilaku konsumerisme ini. Dengan tegas al-Qur'an melarang konsumerisme dengan menyebutkan dampak yang muncul karena adanya konsumerisme. Dengan demikian, konsumerisme dapat dihindari oleh masyarakat global di era modern sekarang ini.

Daftar Pustaka

- Asyifin, Alin Nuril, Mohammad Zainudin Aklis, and Universitas Ivet Semarang. "Konsumerisme Pada Santri Di Era Digital" 6, no. 2 (2024): 1–8.
- Azzahra, Sazalia Naura, Prodi Ilmu Komputer, Universitas Islam, and Negeri Sumatera.

- “Perilaku Konsumtif Muslim Di Era E-Commerce : Tinjauan Etika Konsumsi Dalam Perspektif Islam,” no. September (2025).
- Deti, Sri. “Halal Awareness and Muslim Consumer Behavior in Indonesia : A Systematic Literature Review” 4, no. June (2025): 121–47.
- Hidayatulloh, Taufik, Dhea Dayuranggi Meghatruh, and Theguh Saumantri. “Konsumerisme Beragama Di Era Digital : Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Beragama Umat Islam Di Indonesia” 24, no. 2 (2024): 273–88.
- Marlina, Lina, and Latief Awaludin. “Exploration of Islamic Values in Controlling Muslim Consumption Behaviour in Bandung City : A Phenomenological Study of The Digital Era,” 2025, 51–62.
- Maulia, Putri Rizqi, Rahmawati, Naili Mufida, and Sri Wigati. “Analysis of Muslim Consumer Behavior in Facing Consumption Challenges in the Digital Age.” *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2025): 124–39.
- Muhsin, Syamsiah, Sabbar Dahham Sabbar, Dhita Pratiwi Ar, Universitas Islam, and Negeri Alauddin. “Consumption Theory and Benefit of Consumption (Masalahah) in Islamic Consumer” 2 (2022): 319–30.
- Putriana, Putriana, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Syarif Kasim. “Islamic Consumption Principle and Religiosity Toward Muslim Community Consumption Behavior Putriana Putriana Asmayantika (2017) Yang Menemukan Bahwa Prinsip Keutamaan Islam Dan Muslim . Religiusitas Menunjukkan Seberapa Jauh Pengetahuan , Penghayatan ,” 12, no. 1 (2023): 113–27.
- Qalam, Al, and Jurnal Ilmiah Keagamaan. “Contradictions Between Islamic Values and Western Consumerism: Educational Strategies

- For The Muslim Generation Tinggi Ilmu
Tarbiyah Muhammadiyah Paciran , Lamongan
, Jawa Timur , Indonesia Abstrak” 19, no. 5
(2025): 2649–62.
- Rusanti, Ega. “Islamic Rationality on the Influence of
Global Consumerism Culture” 7, no. 1 (2021):
33–49.
- Sari, Dhelvita. “Transisi Perilaku Konsumen Islami:
Tinjauan Terhadap Tren Belanja Online di Era
Digital” 10 (2025): 375–90.
- Tsabita, Aliza Fithriya, Chayra Cordelia, and Bobby
Ibtisam. “Analysis of Consumer Loyalty to
Muslim Fashion Products Based on Islamic
Values” 01, no. 03 (2024): 80–87.