

## ANALISIS TEORI PERILAKU INDIVIDU DAN KONSUMSI ISLAMI

Nailah Audri Reva<sup>1</sup>, Siti Maysarah<sup>2</sup>, Regen Sabar pinem<sup>3</sup>, Muhammad Arfan Harahap<sup>4</sup>  
Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[nylaaadri@gmail.com](mailto:nylaaadri@gmail.com)<sup>1</sup>, [smaysarah034@gmail.com](mailto:smaysarah034@gmail.com)<sup>2</sup>, [cikichees2@gmail.com](mailto:cikichees2@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[muhammadarfanharahap@gmail.com](mailto:muhammadarfanharahap@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstract

*This study aims to analyze the theory of individual consumption behavior from an Islamic economic perspective. Different from the conventional economic approach that focuses solely on utility satisfaction, Islam integrates spiritual, moral, and social values in consumption activities. This study uses a qualitative method with a literature study approach to examine relevant literature on Islamic consumption. The results of the analysis show that consumption in Islam must fulfill the principles of halal, thayyib, and mashlahah, and be based on the intention of worship and social responsibility. Modern consumer phenomena, such as luxurious lifestyles and flexing on social media, are considered to be contrary to the values of simplicity and balance taught in Islam. Therefore, understanding the theory of Islamic consumption is important to form ethical and sustainable consumption patterns in Muslim society.*

*Keywords: Islamic consumption, individual behavior, mashlahah,.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teori perilaku konsumsi individu dalam perspektif ekonomi Islam. Berbeda dari pendekatan ekonomi konvensional yang berfokus pada kepuasan utilitas semata, Islam mengintegrasikan nilai-nilai spiritual, moral, dan sosial dalam aktivitas konsumsi. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka untuk mengkaji literatur relevan mengenai konsumsi Islami. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam harus memenuhi prinsip halal, thayyib, dan mashlahah, serta berlandaskan pada niat ibadah dan tanggung jawab sosial. Fenomena konsumtif modern, seperti gaya hidup mewah dan flexing di media sosial, dinilai bertentangan dengan nilai kesederhanaan dan keseimbangan yang diajarkan dalam Islam. Oleh karena itu, pemahaman terhadap teori konsumsi Islam menjadi penting untuk membentuk pola konsumsi yang etis dan berkelanjutan dalam masyarakat Muslim.

Kata kunci: konsumsi Islam, perilaku individu, mashlahah,

### Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap Konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap individu pasti terlibat dalam konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam teori ekonomi konvensional, manusia dikenal sebagai homo economicus, yaitu makhluk ekonomi yang rasional dalam mengambil keputusan untuk memaksimalkan kepuasan dengan sumber daya yang terbatas. Namun, pada kenyataannya, perilaku konsumsi manusia sering kali tidak sepenuhnya

rasional, bahkan cenderung konsumtif, terutama di kalangan remaja dan generasi muda urban. (Nurbaeti, 2022).

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim menjadikan ajaran Islam sebagai pijakan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas konsumsi. Aktivitas ini diatur oleh prinsip-prinsip syariah yang menekankan nilai halal, tidak berlebih-lebihan, dan dilakukan secara wajar. Konsumsi yang sesuai syariat tidak hanya berdampak secara duniawi, tetapi juga memiliki nilai ukhrawi. (Cinta Rahmi, Pebrian, Fidha Nabila, Muhammad Thariq Aziz, & Al Fuji Istiqamah, 2024).

Islam adalah agama yang sempurna, yang mengatur perilaku konsumsi manusia agar mendatangkan kemaslahatan bagi individu dan Masyarakat. (Putriana, Islam, Sultan, & Kasim, 2023). Setiap pengeluaran harta harus didasarkan pada kebutuhan yang benar dan sesuai nilai-nilai keimanan. Islam membedakan konsumsi ke dalam dua kategori, yaitu konsumsi untuk kebutuhan materi dan konsumsi yang bernilai ibadah apabila diniatkan untuk akhirat. (Rizki, Wahab, & Masse, 2023). Kegiatan konsumsi merupakan bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Perilaku konsumsi melibatkan keputusan konsumen dalam membelanjakan pendapatannya terhadap barang atau jasa untuk memperoleh kepuasan hidup. (Hisan & Haniatunnisa, 2023). Dalam Islam, perilaku ini tidak hanya dipandang dari aspek kepuasan duniawi, tetapi juga dari aspek nilai dan tanggung jawab spiritual terhadap Allah SWT. Konsumsi yang berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*) dilarang dalam Islam karena dapat menimbulkan kerugian bagi diri sendiri dan lingkungan. (Siswadi, 2023).

Berbeda dari pendekatan ekonomi konvensional yang tidak mengenal norma dalam konsumsi, Islam menjadikan nilai syariat sebagai pedoman. Tujuan konsumsi dalam Islam bukan semata memenuhi keinginan duniawi, melainkan untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*). (Siswadi, 2023). Oleh karena itu, pemahaman terhadap teori konsumsi Islam penting untuk membentuk pola konsumsi masyarakat Muslim yang seimbang, bertanggung jawab, dan beretika.

Dalam konteks masyarakat modern, terutama di era media sosial, perilaku konsumsi mengalami pergeseran. Gaya hidup konsumtif, keinginan untuk tampil mewah, dan fenomena *flexing* menjadi tren yang semakin meluas di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Aktivitas memamerkan kekayaan atau barang mewah melalui media sosial sering kali dijadikan alat untuk membentuk citra diri atau memperoleh pengakuan sosial. Padahal, perilaku ini bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam yang mengedepankan kesederhanaan, kejujuran, dan kepedulian sosial. Oleh karena itu, teori perilaku konsumsi Islami menjadi semakin relevan

untuk memberikan pedoman etis dan spiritual dalam menghadapi tantangan konsumsi masa kini. (Fatimah et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep konsumsi dalam Islam, membandingkannya dengan pendekatan ekonomi konvensional, serta mengkaji relevansinya terhadap fenomena konsumsi masyarakat modern.

## 2. Tinjauan Pustaka

Perilaku konsumsi merupakan bagian integral dari aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam ekonomi konvensional, konsumen didefinisikan sebagai pihak yang berusaha memaksimalkan utilitas atau kepuasan berdasarkan keinginan dan kebutuhan pribadi. Pendekatan ini cenderung mengabaikan norma, nilai, serta pertimbangan moral dan spiritual. (Wahid, 2020). Sebaliknya, dalam ekonomi Islam, perilaku konsumsi tidak hanya dilandasi oleh budaya atau karakter pribadi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh norma agama yang berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis.

Konsumsi dalam Islam dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang tetap diakui penting dalam sistem perekonomian, karena berperan dalam mendorong produksi dan distribusi. Namun, berbeda dengan pendekatan sekuler, Islam memberikan rambu-rambu konsumsi berdasarkan prinsip-prinsip seperti keadilan, kesederhanaan, kebersihan, kemurahan hati, dan moralitas. Islam tidak melarang kebutuhan, kesenangan, atau bahkan kemewahan, selama tidak dilakukan secara berlebihan (*israf*) atau melampaui batas-batas syariat. (Maharani & Hidayat, 2020).

Definisi konsumsi dalam ekonomi Islam secara umum masih mengacu pada penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Namun, penekanan utamanya adalah pada proses dan tujuannya, yaitu sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dalam Islam, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga memiliki dimensi ibadah apabila dilakukan dengan niat yang benar, dalam koridor halal dan *thayyib*. (Fadilah, 2020). Artinya, setiap tindakan konsumsi harus sesuai dengan ajaran agama dan memberikan *mashlahah* (manfaat) baik secara individu maupun sosial.

Prinsip ekonomi Islam menekankan larangan terhadap gaya hidup bermewah-mewahan, praktik *riba*, serta pemborosan (*tabdzir*). Pengeluaran harta hendaknya dilakukan secara proporsional dan disertai dengan tanggung jawab sosial, seperti menunaikan zakat. Nilai-nilai ini menunjukkan integrasi antara akidah, syariat, dan akhlak dalam sistem ekonomi Islam. (Marwan, Warisno, & Setyaningsih, 2023). Oleh karena itu, konsumsi dalam Islam bersifat multidimensi: tidak hanya memperhatikan aspek material, tetapi juga spiritual dan sosial.

Dalam pandangan Islam, konsumsi juga harus diarahkan untuk mencapai mashlahah, yakni kemanfaatan dan keberkahan. Mashlahah mencakup kepuasan material yang halal serta nilai-nilai akhirat yang diraih melalui kepatuhan kepada Allah. Seorang konsumen Muslim tidak hanya mempertimbangkan aspek harga dan kualitas barang, tetapi juga menilai dari segi keberkahan dan etika. (Zaki Abdul Basith, 2021). Dengan demikian, konsumsi menjadi sarana ibadah, dan bukan sekadar aktivitas ekonomi duniawi.

### **3. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (library research). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelaahan berbagai literatur yang relevan seperti jurnal ilmiah, buku-buku akademik, dan sumber-sumber terpercaya lainnya yang membahas topik perilaku konsumsi dalam perspektif Islam. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai teori konsumsi Islam dan penerapannya dalam kehidupan masyarakat modern.

### **4. Hasil dan Pembahasan**

#### **Definisi dan Konsep Perilaku Konsumen dalam Islam**

Setiap individu bertindak sebagai konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam ekonomi konvensional, konsumen dipandang sebagai entitas yang rasional dan berupaya memaksimalkan kepuasan atau utilitas. Namun, pendekatan ini cenderung mengabaikan norma moral dan agama. Sebaliknya, dalam ekonomi Islam, perilaku konsumsi dipandang tidak hanya dari aspek material, tetapi juga spiritual. Konsumsi dalam Islam diarahkan untuk mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah. (Wahid, 2020). Ini mencerminkan bahwa motif konsumsi tidak hanya berakar pada kebutuhan fisik, tetapi juga niat ibadah dan ketaatan kepada syariat.

#### **Konsumsi Dalam Ekonomi Islam dan tujuan**

Konsumsi adalah kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk mengurangi atau mengonsumsi kegunaan suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi pada hakikatnya adalah membelanjakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan. Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mencapai mashlahah (kemaslahatan), baik secara duniawi maupun ukhrawi. Konsumsi yang Islami harus memenuhi tiga aspek: halal, thayyib (baik), dan bermanfaat. Halal menyangkut aspek legalitas syariah, baik dari sisi barang maupun cara memperolehnya. Thayyib berarti baik secara zat dan proses. Mashlahah mengarah pada nilai keberkahan dan kemanfaatan jangka panjang. Sehingga, tujuan utama konsumsi dalam Islam bukan semata-

mata pemuasan keinginan, tetapi pencapaian keseimbangan hidup dan tanggung jawab sosial. (Badu, 2024).

## **Preferensi Konsumsi dalam Islam**

Preferensi konsumsi dalam ekonomi Islam bersifat hierarkis dan berbasis nilai. Tidak semua barang diposisikan sebagai substitusi sempurna. Barang-barang yang memberikan manfaat spiritual atau menunjang kehidupan Islami diprioritaskan. Konsumen Muslim cenderung memilih produk berdasarkan pertimbangan halal-haram, kemanfaatan, dan prioritas kebutuhan (dharuriyah, hajiyah, tahsiniyah). Selain itu, konsumsi dalam Islam mengutamakan orientasi akhirat daripada hanya mengejar kepuasan duniawi, dan menuntut konsistensi dalam etika, norma, dan akhlak. (Magfiroh, Ansori, & Khomsiyatun, 2022).

## **Mashlahah dalam Konsumsi**

Dalam konteks konsumsi, mashlahah bermakna bahwa setiap keputusan konsumsi harus memberikan manfaat yang menyeluruh. Mashlahah tidak hanya mencakup aspek materiil (seperti kenyamanan atau kesehatan), tetapi juga aspek spiritual, seperti keberkahan, ridha Allah, dan manfaat sosial. Oleh karena itu, ketika konsumen Muslim memilih suatu produk, pertimbangan etis dan religius turut menjadi faktor penentu. Ini menjadikan konsumsi sebagai ibadah, apabila niat, proses, dan hasilnya sesuai dengan ajaran Islam. (Fadilah, 2020).

## **Fenomena Konsumsi di Era Modern**

Di era media sosial, tren konsumsi berubah secara signifikan. Gaya hidup konsumtif dan fenomena flexing—yakni memamerkan kekayaan atau gaya hidup mewah demi pencitraan sosial—semakin marak, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena ini mencerminkan pergeseran nilai dari kesederhanaan menuju hedonisme dan kompetisi sosial. Dalam perspektif Islam, hal ini jelas bertentangan dengan prinsip israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan), yang keduanya dilarang oleh syariat. Oleh karena itu, penting bagi konsumen Muslim untuk menanamkan kesadaran spiritual dalam setiap aktivitas konsumsi agar tetap dalam batas etika dan nilai Islami. (Fatimah et al., 2023).

## **5. Kesimpulan**

Teori konsumsi dalam perspektif Islam menempatkan konsumsi sebagai aktivitas multidimensi yang tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga memiliki aspek spiritual dan sosial. Prinsip dasar konsumsi Islami adalah halal, thayyib, dan mashlahah, yang mendorong konsumen untuk bersikap etis, bertanggung jawab, dan tidak berlebihan. Dalam era modern yang sarat dengan gaya hidup konsumtif dan flexing di media sosial, nilai-nilai konsumsi Islami menjadi pedoman penting untuk menghindari perilaku israf dan tabdzir. Pemahaman dan penerapan nilai-nilai konsumsi dalam Islam dapat menciptakan pola konsumsi yang seimbang,

berkelanjutan, serta selaras dengan tujuan akhir kehidupan seorang Muslim, yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (falah).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Nurbaeti, "KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *Azmina J. Perbank. Syariah*, vol. 2, no. 2, p. 180, 2022.
- [2] Cinta Rahmi, E. Pebrian, Fidha Nabila, Muhammad Thariq Aziz, and Al Fuji Istiqamah, "Analisa Perilaku Konsumen Mahasiswi Pengembangan Masyarakat Islam Kelas a Semester 4 Terhadap Produk Trend Fashion Public Figure Di Tinjau Dari Teori Konsumsi Islam," *J. Ekon. Bisnis Dan Manaj.*, vol. 2, no. 3, pp. 09-16, 2024.
- [3] P. Putriana, U. Islam, N. Sultan, and S. 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 ," vol. 12, no. 1, pp. 113-127, 2023.
- [4] A. Rizki, A. Wahab, and R. A. Masse, "Teori Konsumsi Islami sebagai Pedoman dalam Kehidupan Sehari-hari," *Adzkiya J. Huk. dan Ekon. Syariah*, vol. 11, no. 2, p. 82, 2023.
- [5] D. G. Hisan and S. Haniatunnisa, "Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam," *An Nawawi*, vol. 3, no. 1, pp. 13-30, 2023.
- [6] W. 'Ainun N. Siswadi, "ASUMSI RASIONALITAS DALAM PRILAKU KONSUMSI PERSPEKTIF EKONOMI MIKRO ISLAM," *J. Ekon. Syariah*, vol. 05, no. 01, pp. 1-9, 2023.
- [7] S. Fatimah *et al.*, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 01, pp. 1204-1212, 2023.
- [8] M. G. N. Wahid, "Konsep Keseimbangan Perilaku Konsumsi dalam Islam," *Ilmu Syariah*, vol. 1, p. 22, 2020.
- [9] D. Maharani and T. Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 6, no. 3, p. 409, 2020.
- [10] N. Fadilah, "Teori Konsumsi, Produksi dan Distribusi dalam Pandangan Ekonomi Syariah," *J. Stud. Ilmu Keagamaan Islam*, vol. 1, no. 4, pp. 17-38, 2020.
- [11] Marwan, A. Warisno, and R. Setyaningsih, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam di Kelurahan Sidomulyo Lampung Selatan," *J. Az Zahra J. Ekon. Dan Bisnis Islam*, no. xx, 2023.
- [12] Zaki Abdul Basith, "TEORI KONSUMSI ISLAM," *J. Ilmu Akunt. dan Bisnis Syariah*, vol. 3, no. 1, pp. 1-14, 2021.

- [13] R. S. Badu, "Teori Konsumsi Islam Perbandingan Literatur menurut Prinsip Syariah : Kajian perbandingan Literatur," *J. Mhs. Akunt.*, vol. 2, no. 4, pp. 537-544, 2024.
- [14] S. Magfiroh, S. Ansori, and U. Khomsiyatun, "Konsep Maslahah dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami pada Bulan Ramadhan di Indonesia," *J. Penelit. Agama*, vol. 23, no. 1, pp. 109-124, 2022.