TASHDIQ
ISSN 3030-8917

Jurnal Kajian Agama dan Dakwah
Vol 19 No 3 Tahun 2026

ETIKA KONSUMSI DALAM ISLAM: ANALISIS QS. AL-A'RĀF AYAT 31 DAN RELEVANSINYA TERHADAP FENOMENA KONSUMERISME

Hadija Ulil Azmi
UIN Datokarama Palu

Email: khadijaulilazmi@gmail.com

Abstrak

Fenomena konsumerisme pada masyarakat modern menunjukkan kecenderungan perilaku konsumsi yang tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi lebih didorong oleh gaya hidup, pengaruh media digital, dan pencarian pengakuan sosial. Kondisi tersebut melahirkan berbagai fenomena seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), *impulse buying*, *flexing*, hedonisme, *overconsumption*, dan *food waste* yang bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Penelitian ini bertujuan menganalisis kandungan QS. Al-A'rāf ayat 31 untuk merumuskan nilai-nilai etika konsumsi dalam Islam serta menjelaskan relevansinya terhadap fenomena konsumerisme modern. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) dan metode tafsir *tahlili*. Data primer berupa QS. Al-A'rāf ayat 31 beserta penafsirannya dalam Tafsir Al-Munīr, Tafsir Al-Mishbah, dan Fī Ẓilāl al-Qur'ān, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku dan artikel ilmiah yang relevan. Data dianalisis menggunakan teknik *content analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa QS. Al-A'rāf ayat 31 mengandung lima prinsip etika konsumsi, yaitu berhias secara pantas, memanfaatkan nikmat Allah sebagai bentuk syukur, menerapkan prinsip moderasi (*wasathiyyah*), menghindari perilaku *isrāf*, dan menggunakan harta secara bertanggung jawab. Nilai-nilai tersebut memiliki relevansi yang kuat dalam menghadapi berbagai bentuk konsumerisme modern melalui pembentukan perilaku konsumsi yang rasional, seimbang, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan demikian, QS. Al-A'rāf ayat 31 merupakan landasan normatif yang tetap aktual dalam membangun etika konsumsi masyarakat di era digital.

Kata kunci: *etika konsumsi*; *QS. Al-A'rāf ayat 31*; isrāf; *konsumerisme*; *tafsir* tahlili.

Abstract

Modern consumerism reflects a shift in consumption patterns from fulfilling essential needs toward lifestyle-oriented behavior influenced by digital media, market trends, and the pursuit of social recognition. This phenomenon has given rise to practices such as *Fear of Missing Out* (FOMO), impulse buying, flexing, hedonism, overconsumption, and food waste, all of which contradict Islamic consumption ethics. This study aims to analyze the content of Qur'an Surah Al-A'raf verse 31 to formulate the principles of Islamic consumption ethics and examine their relevance to contemporary consumerism. This research employs a qualitative approach using library research with the *tahlili* (analytical exegesis) method. Primary

Article History
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism Checker No 27676

Copyright : Author
Publish by : Tashdiq

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

TASHDIQ
ISSN 3030-8917
Jurnal Kajian Agama dan Dakwah
Vol 19 No 2 Tahun 2026

data consist of Qur'an Surah Al-A'raf verse 31 and its interpretations in *Tafsir Al-Munīr*, *Tafsir Al-Mishbah*, and *Fī Ẓilāl al-Qur'ān*, while secondary data are collected from relevant books and scholarly journal articles. The data were analyzed using content analysis. The findings reveal five fundamental principles of Islamic consumption ethics: dressing appropriately, utilizing Allah's blessings as an expression of gratitude, practicing moderation (*wasatiyyah*), avoiding *isrāf* (excessive consumption), and exercising responsibility in the use of wealth. These principles remain highly relevant in addressing contemporary consumerism by fostering rational, balanced, responsible, and welfare-oriented consumption behavior. Therefore, Qur'an Surah Al-A'raf verse 31 serves as a normative foundation for developing ethical consumption practices in the digital era.

Keywords: consumption ethics; Qur'an Surah Al-A'raf verse 31; *isrāf*; consumerism; *tahlili* interpretation.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi, globalisasi, informasi, serta pertumbuhan ekonomi yang mencirikan masyarakat modern mengubah pola hidup manusia secara signifikan. Dampak paling nyata dari fenomena ini adalah maraknya gaya hidup konsumtif. Masyarakat cenderung membeli barang dan jasa secara berlebihan untuk memenuhi keinginan, gengsi sosial, dan simbol status, bukan lagi untuk mencukupi kebutuhan riil. Pergeseran ini membuktikan bahwa orientasi pelaku konsumsi publik saat ini telah beralih dari pemenuhan fungsi utilitas menuju pencarian kepuasan psikologis dan pengakuan sosial.(Miswar Rasyid Rangkuti, 2026)

Fenomena konsumerisme telah menjadi ciri khas masyarakat modern di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Akselerasi teknologi digital beserta ekspansi platform *e-commerce* mempermudah jangkauan publik dalam memperoleh aneka komoditas dan jasa. Kemudahan aksesibilitas tersebut pada urutan berikutnya memicu lonjakan intensitas serta kuantitas aktivitas belanja masyarakat.. Kemudahan ini, sayangnya, tidak selalu diimbangi dengan kesadaran akan dampak negatif dari perilaku konsumsi yang berlebihan. Masyarakat modern sering kali terjebak dalam siklus konsumsi yang tidak pernah berakhir, di mana kepuasan dari pembelian barang baru hanya bersifat sementara dan segera diikuti oleh keinginan untuk membeli barang berikutnya.(Octaviana, 2020)

Gaya hidup konsumtif memicu dampak negatif berupa kebiasaan berbelanja berlebihan dan menghamburkan uang untuk hal-hal yang tidak mendesak.(Muhammad Yudhistir et al., 2024) perilaku tersebut membuktikan bahwa motivasi belanja tidak lagi bertumpu pada fungsi pemenuhan kebutuhan dasar. Faktor pendorong utamanya telah bergeser pada pemuasan keinginan, prestise, dan tekanan untuk mengikuti tren terkini. Dampak jangka panjang dari fenomena ini meliputi pemborosan sistematis, penurunan kecakapan pengelolaan finansial pribadi, dan peningkatan resiko utang. Selain itu,tuntutan untuk terus menyelaraskan diri dengan tren sosial berpotensi memicu gangguan psikologis berupa stres dan kecemasan. Pada skala yang lebih luas, perilaku konsumtif mengacaukan hierarki prioritas keuangan sehingga kebutuhan esensial individu sering kali terabaikan.(Fithrotin et al., 2024)

Manifestasi dampak jangka panjang berupa eskalasi risiko finansial tercermin secara empiris pada tingginya akumulasi pinjaman di kalangan usia muda akibat penetrasi gaya hidup konsumtif. Merujuk pada data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Desember 2022, kelompok usia 19 sampai 34 tahun yang merepresentasikan generasi Milenial dan Gen Z mendominasi kepemilikan akun *fintech* pendanaan bersama (*peer-to-peer lending*) sebesar 62%. Aksesibilitas kredit yang sangat cair akibat inovasi teknologi keuangan ini memanjakan generasi tersebut, sehingga memicu eskalasi aktivitas belanja digital secara eksesif

Dampak negatif yang ditimbulkan oleh gaya hidup konsumtif menegaskan adanya penyimpangan dari prinsip etika konsumsi yang diajarkan Islam. Dalam perspektif syariat, aktivitas konsumsi tidak semata-mata diarahkan untuk memenuhi kepuasan material, melainkan harus dilaksanakan secara seimbang, proporsional, dan bertanggung jawab. Atas dasar itu, Al-Qur'an menetapkan seperangkat pedoman normatif mengenai etika konsumsi, salah satunya melalui QS. Al-A'rāf ayat 31. Ayat ini tidak hanya memerintahkan manusia untuk memanfaatkan nikmat Allah berupa makanan, minuman, dan pakaian secara layak, tetapi juga menegaskan larangan melakukan *isrāf* (berlebih-lebihan), sehingga menjadi landasan etis dalam membangun perilaku konsumsi yang moderat dan berorientasi pada kemaslahatan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji konsep *isrāf* maupun etika konsumsi dalam perspektif Al-Qur'an maupun relevansinya terhadap perilaku konsumsi masyarakat modern. Salah satu penelitian menjelaskan bahwa *isrāf* merupakan perilaku berlebihan yang memiliki cakupan luas, tidak hanya dalam aspek konsumsi harta, tetapi juga dalam akidah, ibadah, dan muamalah. Penelitian tersebut mengidentifikasi berbagai bentuk *isrāf* dalam Al-Qur'an beserta solusi yang ditawarkan, seperti memperkuat keimanan, memperdalam literasi keagamaan, mengendalikan hawa nafsu, dan mengelola keuangan secara bijaksana melalui pendekatan tafsir maudhu'i.(Abdul Rahman Said et al., 2024) Penelitian lain menjelaskan bahwa konsumerisme merupakan perilaku konsumsi yang berlebihan dan irasional, yaitu lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan sehingga mendorong pemborosan, pencarian kepuasan, dan pengakuan sosial. Dalam perspektif Islam, perilaku tersebut dipandang bertentangan dengan prinsip keseimbangan karena hanya berorientasi pada kepuasan duniawi serta berpotensi menumbuhkan sifat sombong. Oleh sebab itu, Islam mengajarkan pola konsumsi yang seimbang, berorientasi pada kebutuhan dan kemanfaatan, sehingga mampu membatasi keinginan, menghindarkan perilaku boros maupun kikir, serta membentuk karakter konsumsi yang rasional.(Rohayedi & Maulina, 2020) Selain itu, penelitian mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam konsumsi digital menunjukkan bahwa dorongan untuk mengikuti tren dan tidak tertinggal dari orang lain dapat memicu perilaku konsumsi impulsif yang termasuk bentuk *isrāf*. Oleh karena itu, penerapan prinsip moderasi dan pengendalian diri dalam etika konsumsi Islam menjadi sangat penting dalam menghadapi perkembangan budaya konsumsi digital(Maulana & Elyanoor, 2025)

Meskipun demikian, penelitian-penelitian terdahulu umumnya masih membahas *isrāf* dan konsumerisme dari perspektif perilaku konsumsi maupun ekonomi Islam secara umum. Kajian yang secara khusus menjadikan QS. Al-A'rāf ayat 31 sebagai landasan normatif etika konsumsi, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis QS. Al-A'rāf ayat 31 secara komprehensif guna merumuskan nilai-nilai etika konsumsi dalam Islam serta menjelaskan relevansinya dalam menghadapi fenomena konsumerisme kontemporer seperti *FOMO*, *impulse buying*, *flexing*, *hedonisme*, *overconsumption*, dan *food waste*.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan spesifikasi studi kepustakaan (*library research*). Pemilihan corak riset literatur tersebut didasarkan atas fokus utama kajian yang berpusat pada penelaahan teks Al-Qur'an, kitab-kitab tafsir, serta naskah ilmiah yang linier dengan objek pembahasan. Pemanfaatan kerangka kualitatif ini memfasilitasi peneliti untuk membedah secara komprehensif makna dan muatan aksiologis di dalam teks, kemudian menyelaraskannya secara kontekstual dengan realitas dinamika sosial yang berkembang di tengah masyarakat.

Sumber data primer penelitian terdiri atas QS. Al-A'rāf Ayat 31dan terjemahnya, Tafsir Al-Azhar karya Hamka, Tafsir Al-Mishbah karya M. Quraish Shihab, dan Tafsir *Fī ẓilāl al-Qur'ān k*arya Sayyid Qutb. Di sisi lain, konstruksi data sekunder mencakup kompilasi buku, artikel jurnal, dan literatur ilmiah yang membedah etika konsumsi Islam, perilaku konsumtif, serta fenomena konsumerisme pada era kontemporer. Kehadiran khazanah pustaka sekunder ini berfungsi memperkaya pisau analisis sekaligus menyajikan perspektif yang lebih komprehensif

TASHDIQ
ISSN 3030-8917
Jurnal Kajian Agama dan Dakwah
Vol 19 No 2 Tahun 2026

mengenai objek kajian. Peneliti menerapkan teknik studi dokumentasi dalam pengumpulan data melalui aktivitas membaca, mengeksplorasi catatan, dan mengklasifikasikan seluruh data yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan cara membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan data yang relevan dengan penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) untuk memahami nilai-nilai normatif perilaku konsumsi dalam QS. Al-A'rāf Ayat 31, serta analisis deskriptif untuk menghubungkan nilai-nilai tersebut dengan fenomena konsumerisme dan gaya hidup konsumtif di kalangan masyarakat modern. Analisis isi dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengkode, dan menginterpretasikan teks-teks yang relevan dari kitab-kitab tafsir untuk menemukan pola-pola makna yang berkaitan dengan perilaku konsumsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Ayat QS. Al-A'raf Ayat 31

يٰبَنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْٓا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

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.

QS. Al-A'raf ayat 31 memuat tiga instruksi penting bagi manusia. Pertama, perintah menggunakan pakaian terbaik saat beribadah di masjid. Kedua, perintah makan dan minum untuk memenuhi kebutuhan dasar biologis. Ketiga, larangan keras bersikap *israf* atau berlebih-lebihan. Melalui ayat ini, Al-Qur'an menegaskan bahwa aktivitas konsumsi merupakan bagian dari ibadah. Oleh karena itu, manusia wajib menjalankannya dengan kesadaran penuh, prinsip moderasi, dan rasa tanggung jawab. Langkah ini menjauhkan manusia dari gaya hidup merusak yang mengancam diri sendiri serta lingkungan sekitar. Larangan *israf* dalam ayat ini tidak hanya membatasi kuantitas fisik materi. Larangan tersebut secara esensial mengoreksi motivasi dan orientasi konsumsi yang mengarah pada perilaku mubazir serta ajang pamer. Segala bentuk penyimpangan konsumsi tersebut bertentangan dengan tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*) yang memprioritaskan penjagaan kemaslahatan hidup manusia.(Ulyani et al., 2025)

Penafsiran QS. Al-A'raf Ayat 31

QS. Al-A'rāf ayat 31 merupakan salah satu ayat yang memberikan pedoman komprehensif mengenai etika berpakaian, konsumsi, dan pemanfaatan nikmat Allah secara proporsional. Ayat ini diawali dengan seruan kepada seluruh keturunan Nabi Adam agar mengenakan pakaian yang indah setiap kali memasuki masjid, kemudian dilanjutkan dengan perintah untuk makan dan minum serta larangan melakukan isrāf (berlebih-lebihan). Menurut para mufasir, susunan ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah melalui ibadah, tetapi juga mengatur perilaku manusia dalam memanfaatkan berbagai nikmat yang dianugerahkan-Nya. Dengan demikian, ibadah dan aktivitas konsumsi diposisikan sebagai dua aspek kehidupan yang sama-sama harus dilandasi oleh ketakwaan dan keseimbangan.

Quraish Shihab menjelaskan bahwa ayat ini memiliki hubungan erat dengan ayat sebelumnya yang memerintahkan manusia untuk menegakkan keadilan dan menghadapkan diri kepada Allah ketika beribadah. Oleh karena itu, perintah mengenakan pakaian yang indah tidak hanya dimaknai sebagai kewajiban menutup aurat, tetapi juga sebagai anjuran untuk menjaga kebersihan, kerapian, dan kehormatan ketika menghadap Allah. Menurutnya, kata masjid dalam ayat ini tidak hanya menunjuk pada bangunan tempat ibadah, tetapi juga mencakup setiap tempat yang digunakan untuk bersujud kepada Allah. Setelah memerintahkan manusia menjaga etika dalam beribadah, Allah kemudian mempersilakan mereka menikmati makanan dan minuman yang halal, baik, bergizi, dan bermanfaat, namun disertai larangan untuk melampaui

batas. Larangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan kuantitas makanan dan minuman, tetapi juga mencakup segala bentuk perilaku berlebihan dalam kehidupan. Oleh sebab itu, Quraish Shihab menegaskan bahwa ukuran isrāf bersifat relatif dan harus disesuaikan dengan kondisi, kebutuhan, serta kemampuan masing-masing individu. Prinsip yang diajarkan ayat ini adalah sikap proporsional, yakni tidak berlebihan dan tidak pula mengurangi kebutuhan secara tidak wajar.(Shihab, 2005)

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Hamka dalam Tafsir Al-Azhar. Menurutnya, perintah mengenakan perhiasan ketika memasuki masjid merupakan bentuk penghormatan kepada Allah ketika seorang hamba berdiri menghadap-Nya dalam salat. Perhiasan yang dimaksud tidak terbatas pada pakaian yang menutup aurat, tetapi juga mencakup kebersihan tubuh, pakaian yang rapi, penggunaan wewangian, menjaga kebersihan masjid, bahkan menjaga adab ketika beribadah. Hamka menjelaskan bahwa Islam menghendaki umatnya tampil bersih dan pantas sesuai dengan kemampuan masing-masing, bukan untuk bermegah-megahan. Setelah menjelaskan etika berpakaian, Hamka menguraikan bahwa larangan isrāf memiliki cakupan yang jauh lebih luas daripada sekadar makan dan minum. Menurutnya, pemborosan juga dapat terjadi dalam cara berpakaian, berbelanja, menggunakan harta, dan mengelola kehidupan ekonomi. Ia menegaskan bahwa Allah tidak menyukai orang yang pengeluarannya lebih besar daripada pendapatannya karena perilaku tersebut dapat merusak kesejahteraan pribadi maupun kehidupan rumah tangga. Oleh sebab itu, ukuran pemborosan tidak ditentukan oleh mahal atau murahnya suatu barang, melainkan oleh sikap melampaui batas serta penggunaan harta yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Dalam pandangan Hamka, iman menjadi pengendali utama agar manusia mampu menikmati nikmat Allah sebagai bentuk syukur tanpa terjerumus pada kesombongan ataupun pemborosan.(Hamka, 2001)

Sementara itu, Sayyid Qutb melihat ayat ini dari perspektif akidah dan kedaulatan syariat. Menurutnya, QS. Al-A‘rāf ayat 31 turun untuk meluruskan praktik masyarakat jahiliah yang menetapkan sendiri aturan mengenai pakaian dan makanan ketika melaksanakan ibadah haji. Mereka melakukan thawaf tanpa mengenakan pakaian serta mengharamkan beberapa jenis pakaian dan makanan yang sebenarnya telah dihalalkan Allah. Sayyid Qutb menegaskan bahwa tindakan tersebut merupakan bentuk penyimpangan akidah karena manusia telah mengambil kewenangan Allah dalam menentukan halal dan haram. Oleh sebab itu, perintah mengenakan pakaian yang baik ketika beribadah menunjukkan bahwa seorang mukmin wajib mengikuti syariat Allah, bukan tradisi atau aturan yang dibuat manusia. Demikian pula larangan isrāf dipahami bukan hanya sebagai larangan mengonsumsi sesuatu secara berlebihan, tetapi juga sebagai larangan melampaui batas-batas syariat, termasuk mengharamkan sesuatu yang telah dihalalkan Allah. Dengan demikian, menurut Sayyid Qutb, Islam menolak dua bentuk sikap ekstrem sekaligus, yaitu pemborosan dalam memanfaatkan nikmat Allah dan sikap asketis yang mengharamkan kenikmatan dunia tanpa dasar wahyu. Seluruh perhiasan dan rezeki yang baik merupakan karunia Allah yang boleh dinikmati manusia selama dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan-Nya.(Qutb, 2002)

Berdasarkan ketiga penafsiran tersebut dapat dipahami bahwa QS. Al-A‘rāf ayat 31 mengajarkan prinsip keseimbangan (al-wasaṭiyyah) dalam kehidupan seorang muslim. Perintah mengenakan pakaian yang baik menunjukkan pentingnya menjaga kehormatan dan adab ketika beribadah, sedangkan perintah makan dan minum yang disertai larangan isrāf menegaskan bahwa Islam mengakui kebutuhan jasmani manusia, tetapi tetap memberikan batasan agar tidak melampaui kadar yang semestinya. Ketiga mufasir sepakat bahwa nikmat Allah tidak boleh diharamkan selama dihalalkan oleh syariat, namun pada saat yang sama tidak boleh dimanfaatkan secara berlebihan hingga menimbulkan pemborosan. Perbedaannya terletak pada titik tekan masing-masing. Quraish Shihab lebih menonjolkan aspek proporsionalitas dalam memenuhi kebutuhan hidup, Hamka menekankan dimensi etika dan dampak sosial-ekonomi dari perilaku konsumsi, sedangkan Sayyid Qutb memandang ayat ini sebagai penegasan prinsip tauhid bahwa hak menetapkan halal dan haram sepenuhnya berada di tangan Allah. Keseluruhan penafsiran tersebut menunjukkan bahwa konsep isrāf dalam Al-Qur'an bukan hanya

berkaitan dengan banyaknya konsumsi, melainkan mencakup seluruh perilaku yang melampaui batas sehingga keseimbangan, pengendalian diri, rasa syukur, dan kepatuhan terhadap syariat menjadi fondasi utama dalam memanfaatkan setiap nikmat yang dianugerahkan Allah.

Etika Konsumsi dalam QS. Al-A'rāf Ayat 31

Berdasarkan penafsiran Wahbah az-Zuhaili, M. Quraish Shihab, dan Sayyid Qutb terhadap QS. Al-A'rāf ayat 31, dapat dirumuskan sejumlah prinsip etika konsumsi yang menjadi pedoman bagi umat Islam dalam memanfaatkan nikmat Allah secara bertanggung jawab. Ayat ini tidak hanya mengatur mengenai adab berpakaian ketika beribadah, tetapi juga memberikan pedoman mengenai pola konsumsi yang ideal melalui perintah untuk menikmati rezeki Allah serta larangan melakukan *isrāf* (berlebih-lebihan). Dengan demikian, konsumsi dalam perspektif Al-Qur'an bukan sekadar aktivitas pemenuhan kebutuhan biologis, melainkan bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip keseimbangan, kemanfaatan, dan tanggung jawab moral. Hal ini menunjukkan bahwa Islam memandang aktivitas konsumsi sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah sekaligus mewujudkan kemaslahatan individu maupun masyarakat. Berikut prinsip etika konsumsi berdasarkan penafsiran QS. Al-A'rāf Ayat 31

Pertama, Etika berhias dan berpakaian secara pantas. Perintah *khudhū zīnatakum* menunjukkan bahwa Islam mendorong umatnya untuk menjaga kebersihan, kerapian, dan penampilan yang baik, khususnya ketika beribadah. Namun, berhias dalam Islam tidak dimaksudkan sebagai sarana menunjukkan kemewahan atau memperoleh pengakuan sosial, melainkan sebagai bentuk penghormatan kepada Allah dan penghargaan terhadap martabat manusia. Oleh karena itu, pemanfaatan pakaian sebagai nikmat Allah harus tetap berada dalam batas kewajaran dan tidak berubah menjadi perilaku konsumtif yang didorong oleh kesombongan maupun keinginan untuk pamer. Prinsip ini menegaskan bahwa aspek estetika dalam Islam selalu diiringi dengan nilai kesederhanaan dan pengendalian diri(Fithrotin et al., 2024)

Kedua pemanfaatan nikmat Allah sebagai bentuk rasa syukur. Perintah *kulū wa isyrabū* menunjukkan bahwa Islam tidak melarang manusia menikmati makanan, minuman, maupun berbagai nikmat dunia yang telah dianugerahkan Allah. Sebaliknya, pemenuhan kebutuhan jasmani merupakan bagian dari fitrah manusia yang harus dipenuhi agar mampu menjalankan fungsi sebagai hamba dan khalifah di muka bumi. Akan tetapi, aktivitas konsumsi tersebut harus dilakukan dengan mempertimbangkan aspek halal, baik (*ṭayyib*), serta manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, konsumsi dipahami sebagai bentuk syukur kepada Allah, bukan sebagai sarana memuaskan hawa nafsu atau mengejar kenikmatan material semata

Ketiga moderasi (*wasathiyyah*) dalam konsumsi. Larangan *wa lā tusrifū* menunjukkan bahwa Islam menghendaki keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dan pengendalian keinginan. Prinsip moderasi mengajarkan bahwa seorang Muslim tidak dibenarkan bersikap boros, tetapi juga tidak dianjurkan bersikap kikir. Sebaliknya, konsumsi harus dilakukan secara proporsional sesuai kebutuhan, kemampuan ekonomi, dan kemanfaatannya. Pola konsumsi yang moderat tidak hanya memberikan manfaat bagi individu melalui pengelolaan keuangan yang sehat, tetapi juga menciptakan keseimbangan sosial dan keberlanjutan lingkungan karena mampu mengurangi eksploitasi sumber daya secara berlebihan

Keempat larangan *isrāf* sebagai batas moral dalam aktivitas konsumsi. Dalam konteks QS. Al-A'rāf ayat 31, *isrāf* tidak hanya dimaknai sebagai mengonsumsi makanan atau minuman secara berlebihan, tetapi juga mencakup segala bentuk penggunaan nikmat Allah yang melampaui batas kebutuhan dan kemanfaatan. Perilaku tersebut dapat berupa pembelian barang secara berlebihan, penggunaan harta untuk tujuan yang tidak bermanfaat, maupun konsumsi yang didorong oleh gengsi sosial. Oleh karena itu, larangan *isrāf* berfungsi sebagai mekanisme etik yang membentuk karakter seorang Muslim agar mampu mengendalikan hawa

nafsu, menggunakan harta secara bijaksana, dan menjadikan kemaslahatan sebagai orientasi utama dalam setiap aktivitas konsumsi

Terakhir anggung jawab moral dalam penggunaan harta. Seluruh nikmat yang dimiliki manusia pada hakikatnya merupakan amanah dari Allah sehingga penggunaannya harus dipertanggungjawabkan. Oleh sebab itu, aktivitas konsumsi tidak hanya memiliki dimensi individual, tetapi juga mengandung dimensi sosial dan spiritual. Setiap keputusan konsumsi hendaknya mempertimbangkan manfaat bagi diri sendiri, keluarga, masyarakat, dan lingkungan. Dengan demikian, etika konsumsi yang diajarkan QS. Al-A'rāf ayat 31 tidak hanya bertujuan membentuk perilaku konsumsi yang efisien, tetapi juga menumbuhkan kesadaran moral bahwa setiap nikmat yang digunakan akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah. Prinsip inilah yang menjadi fondasi utama dalam membangun perilaku konsumsi yang adil, seimbang, dan berkelanjutan dalam perspektif Islam

Relevansi Etika Konsumsi QS. Al-A'rāf Ayat 31 dengan Fenomena Konsumerisme Modern

Nilai-nilai etika konsumsi yang termuat dalam QS. Al-A'rāf ayat 31 mencakup kepatutan dalam berhias, rasa syukur, moderasi, larangan *isrāf*, serta tanggung jawab moral memiliki relevansi yang signifikan ketika dihadapkan pada fenomena konsumerisme yang berkembang di tengah masyarakat modern, seperti *fear of missing out* (FOMO), *impulse buying*, *flexing*, hedonisme, *overconsumption*, dan *food waste*. Fenomena-fenomena tersebut pada dasarnya merupakan manifestasi kontemporer dari perilaku *isrāf* yang telah diperingatkan Al-Qur'an sejak empat belas abad lalu, meskipun berwujud dalam bentuk dan medium yang berbeda akibat perkembangan teknologi digital dan budaya konsumsi global.

Fenomena FOMO dan *impulse buying* merupakan bentuk konkret dari pelanggaran terhadap prinsip moderasi (*wasathiyyah*) yang diajarkan melalui larangan *wa lā tusrifū*. Dorongan untuk senantiasa mengikuti tren agar tidak tertinggal dari lingkungan sosial mendorong seseorang mengambil keputusan konsumsi secara impulsif, tanpa pertimbangan kebutuhan maupun kemampuan finansial.(Maulana & Elyanoor, 2025) Perilaku semacam ini bertentangan dengan pesan ayat yang menghendaki agar aktivitas konsumsi didasarkan pada kesadaran dan pengendalian diri, bukan pada tekanan sosial maupun rasa cemas akan kehilangan momentum. Ketika keinginan mengalahkan kebutuhan, prinsip moderasi yang menjadi inti dari QS. Al-A'rāf ayat 31 pun tergantikan oleh pola konsumsi yang reaktif dan tidak terkendali.

Fenomena *flexing* dan hedonisme, di sisi lain, berkaitan erat dengan penyimpangan terhadap prinsip etika berhias dan berpakaian secara pantas yang termaktub dalam perintah *khudhū zīnatakum*. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, ayat ini mendorong umat Islam untuk menampilkan diri secara layak tanpa dimaksudkan sebagai sarana pamer atau pengakuan sosial. Namun, budaya *flexing* di media sosial justru menempatkan kemewahan dan pencapaian material sebagai instrumen utama pembentukan identitas dan status, sehingga bertentangan dengan spirit kesederhanaan yang diajarkan Islam.(Fatimah & Putri, 2023) Dalam perspektif ekonomi Islam, kecenderungan ini turut memperkuat budaya konsumsi simbolik, yakni konsumsi yang dilakukan bukan untuk memenuhi manfaat riil, melainkan untuk mengejar pengakuan dan validasi sosial.(Salam & Sundari, 2023) Pola konsumsi semacam ini menegaskan bahwa *isrāf*, dalam konteks modern, tidak hanya bermakna berlebihan secara kuantitas, tetapi juga mencakup orientasi dan motivasi konsumsi yang menyimpang dari nilai syukur dan kesederhanaan.

Adapun *overconsumption* dan *food waste* merepresentasikan bentuk *isrāf* yang paling nyata dari sisi dampak sosial dan lingkungan. Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa perilaku konsumsi berlebihan berkontribusi secara langsung terhadap tingginya volume sampah rumah tangga maupun limbah makanan, yang pada gilirannya menimbulkan kerugian ekologis dan ketimpangan distribusi sumber daya di tengah masyarakat.(Derysmono & Kahfi, 2025) Kondisi ini menjadi indikator nyata bahwa gaya hidup konsumtif modern telah menyimpang jauh dari prinsip tanggung jawab moral dalam penggunaan harta yang diajarkan QS. Al-A'rāf ayat 31, sebab setiap nikmat yang dianugerahkan Allah semestinya dimanfaatkan secara optimal, bukan

dibuang atau dihamburkan tanpa kemanfaatan yang jelas. *Isrāf* dalam bentuk ini pun sejalan dengan temuan bahwa perilaku tersebut menjadi indikator utama gaya hidup konsumtif yang bertentangan dengan *maqāṣid al-syarī'ah*, khususnya dalam aspek penjagaan harta (*ḥifẓ al-māl*) dan penjagaan lingkungan sebagai bagian dari kemaslahatan Bersama.(Pramana & Muhammad Saiful Khair, 2024)

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kelima prinsip etika konsumsi yang dirumuskan dari QS. Al-A'rāf ayat 31 menawarkan kerangka normatif yang relevan untuk merespons fenomena konsumerisme kontemporer secara komprehensif. Penerapan kesadaran etika konsumsi Islam bahkan terbukti secara empiris mampu memoderasi pengaruh faktor eksternal, seperti tren gaya hidup dan orientasi pasar, terhadap keputusan konsumsi seorang muslim, sehingga keputusan tersebut tetap terarah pada pertimbangan nilai, bukan sekadar dorongan tren maupun citra sosial. Selain itu, integrasi nilai-nilai Qurani ke dalam praktik konsumsi modern dapat menjadi landasan bagi pengembangan model konsumsi berkelanjutan (*sustainable consumption*) dalam bingkai ekonomi Islam.(Assaidi, 2024) Dengan demikian, larangan *isrāf* dalam QS. Al-A'rāf ayat 31 bukan sekadar pesan moral yang bersifat normatif semata, melainkan juga solusi konseptual yang aplikatif dalam menghadapi tantangan konsumerisme, digitalisasi gaya hidup, dan krisis lingkungan yang dihadapi masyarakat modern saat ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa QS. Al-A'rāf ayat 31 mengandung prinsip-prinsip etika konsumsi yang komprehensif sebagai pedoman bagi umat Islam dalam memanfaatkan nikmat Allah secara bertanggung jawab. Berdasarkan analisis terhadap penafsiran M. Quraish Shihab, Hamka, dan Sayyid Qutb, dapat dirumuskan lima prinsip utama etika konsumsi, yaitu etika berhias dan berpakaian secara pantas sebagai bentuk penghormatan kepada Allah, pemanfaatan nikmat Allah sebagai wujud rasa syukur, penerapan prinsip moderasi (*wasathiyyah*) dalam aktivitas konsumsi, larangan melakukan *isrāf* sebagai batas moral dalam penggunaan harta, serta tanggung jawab moral atas setiap nikmat yang dianugerahkan Allah. Kelima prinsip tersebut menegaskan bahwa konsumsi dalam Islam tidak sekadar bertujuan memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan berdasarkan nilai keseimbangan, kemanfaatan, dan kemaslahatan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai-nilai etika konsumsi yang terkandung dalam QS. Al-A'rāf ayat 31 memiliki relevansi yang kuat dalam merespons berbagai fenomena konsumerisme modern, seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), *impulse buying*, *flexing*, hedonisme, *overconsumption*, dan *food waste*. Berbagai fenomena tersebut pada hakikatnya merupakan bentuk kontemporer dari perilaku *isrāf* yang bertentangan dengan prinsip keseimbangan dan pengendalian diri sebagaimana diajarkan Al-Qur'an. Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai etika konsumsi Qur'ani dapat menjadi landasan normatif sekaligus solusi konseptual dalam membangun perilaku konsumsi yang lebih rasional, moderat, bertanggung jawab, dan berkelanjutan di tengah perkembangan budaya konsumsi masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

Assaidi, S. (2024). Outfit between Needs and Requirements of Times: Maqashidi Analysis of al-A'raf [7]:31. *Tsaqafah*, *20*(1), 127–147. https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v20i1.10707

Derysmono, D., & Kahfi, A.-. (2025). Islamic Environmental Ethics and Waste-to-Energy Innovation: Insights from the Quran. *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, *14*(1), 134–154. https://doi.org/10.15408/quhas.v14i1.45155

Fatimah, S., & Putri, O. M. P. (2023). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(1), 1204–1212. https://doi.org/10.69768/ji.v2i1.18

Fithrotin, Wangi, baiti sekar, & Lathif, sahro wardil. (2024). Analisis Kritis Gaya Hidup Konsumtif Di Era Disrupsi. *AL FURQON Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, *7*(1), 174–193.

Hamka. (2001). *Tafsir Al-Azhar* (1st ed.). Pustaka Nasional Pte Ltd singapura.

Maulana, H., & Elyanoor, S. (2025). FOMO (Fear of Missing Out) sebagai Israf dalam Konsumsi Digital: Perspektif Al-Kasbu. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, *6*(2), 231–241.

Miswar Rasyid Rangkuti, T. H. (2026). *Relevansi Konsep Zuhud Dalam Tasawuf Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Modern*. *12*.

Muhammad Yudhistir, Al Fath Cahya Ryandana, & Muhammad Abdul Halim Sani. (2024). Perilaku Konsumtif Dalam Kajian Psikologi Tasawuf Robert Frager. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, *2*(5), 220–238. https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i5.554

Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, *5*(1), 121–133. https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267

Pramana, M. S. A., & Muhammad Saiful Khair. (2024). Israf's Prohibition in QS. al-A'raf : 31 (Abdullah Saeed's Contextual Approach). *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, *3*(1), 108–124. https://doi.org/10.58363/alfahmu.v3i1.191

Qutb, S. (2002). *Tafsir Fi Zhilal Al-Qur'an di Bawah Nauangan Al-Qur'an Jilid 4* (Cetakan 1). Gema Insani press.

Rohayedi, E., & Maulina, M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, *4*(1), 31–48. https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900

Said, R. A. R., Mutakabbir, A., & Harun, A. (2024). Solusi Al-Isrãf Dalam Al-Qur'an. *Al-Mubarak Jurnal Kajian Al-Qur'an & Tafsir*, *9*(1), 4. http://journal.iaimsinjai.ac.id/indeks.php/al-mubarakDOI:https://doi.org/10.47435/al-mubarak.v7i1

Salam, R., & Sundari, D. (2023). Pengaruh Flexing Di Sosial Media Dalam Perspektif Islam Received: *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, *4*(3), 276–285.

Shihab, M. Q. (2005). *Tafsir Al-Misbah : pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an (volume 5)* (L. Hati, Ed.; 5th ed.).

Ulyani, L. A. A., Nurhayati2, & Nasution, Y. S. J. (2025). Konsep Israf dan Keseimbangan Konsumsi dalam QS. Al-A'raf Ayat 31: Tinjauan Tafsir dan Ekonomi Islam. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, *6*(1), 1232–1243. https://doi.org/10.37680/almikraj.v6i1.8551