

BUDAYA KONSUMSI MODERN DAN RELEVANSI PRINSIP QANĀ‘AH DALAM EKONOMI SYARIAH

Mohammad Romli

Email: m.romli85@gmail.com

STEI Masyarakat Madani Pamekasan

ABSTRAK

Budaya konsumsi modern berkembang pesat seiring dominasi kapitalisme global, ditandai oleh konsumerisme, overconsumption, dan orientasi materialistik yang menempatkan konsumsi sebagai indikator keberhasilan dan kebahagiaan individu. Pola ini menimbulkan berbagai persoalan sosial, moral, dan ekologis yang belum sepenuhnya dapat diatasi oleh paradigma ekonomi konvensional. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis relevansi prinsip qanā‘ah sebagai konsep etis dalam ekonomi syariah dalam merespons budaya konsumsi modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain konseptual-normatif melalui studi literatur klasik Islam, seperti tafsir, hadis, dan fiqh, serta literatur kontemporer berupa jurnal akademik bereputasi dan buku ilmiah mutakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa qanā‘ah memiliki dimensi spiritual, sosial, dan ekologis yang mampu mereorientasi perilaku konsumsi dari sekadar pencapaian utilitas individual menuju kemaslahatan yang bersifat holistik dan berkelanjutan. Secara teoretik, artikel ini berkontribusi dalam memperkuat posisi ekonomi syariah sebagai kerangka ethical consumption yang relevan, kontekstual, dan selaras dengan agenda keberlanjutan global.

Kata kunci: budaya konsumsi, qanā‘ah, ekonomi syariah, etika konsumsi, keberlanjutan.

LATAR BELAKANG

Budaya konsumsi modern tumbuh seiring dengan menguatnya kapitalisme global, akselerasi industrialisasi, dan penetrasi teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Konsumsi dalam masyarakat kontemporer tidak lagi dipahami semata sebagai upaya memenuhi kebutuhan primer, tetapi telah bergeser menjadi medium pembentukan jati diri dan penanda status sosial¹. Pilihan terhadap barang dan jasa sering didasarkan pada citra, simbol, dan prestise yang dikonstruksikan, bukan pada manfaat fungsionalnya. Peran media massa, iklan komersial, serta budaya populer sangat signifikan dalam menciptakan selera, aspirasi, dan standar sosial baru

¹ Yangjin Shamu, Zhenwu You, and Meng Wang, “Heliyon Social Visibility of Consumption and Conspicuous Consumption: An Empirical Analysis of Chinese Wedding Ceremonies,” *Heliyon* 10, no. 3 (2024): e25854, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25854>.

yang mendorong individu untuk terus membeli dan memperbarui kepemilikan². Pola ini membentuk logika konsumsi yang bersifat repetitif dan eksesif. Dalam kondisi tersebut, perilaku konsumtif tidak lagi dipersepsikan sebagai penyimpangan sosial, melainkan diterima sebagai praktik yang wajar, bahkan dianggap sebagai indikator keberhasilan dan modernitas dalam tatanan masyarakat global.

Fenomena konsumerisme yang menyertai budaya konsumsi modern mendorong individu untuk mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan guna menyesuaikan diri dengan tuntutan dan ekspektasi sosial³. Aktivitas konsumsi tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana memperoleh pengakuan, prestise, serta rasa diterima dalam kelompok sosial tertentu. Dalam konteks ini, simbolisme konsumsi memainkan peran penting, di mana merek, gaya hidup, dan tren populer berfungsi sebagai penanda status sosial yang membedakan posisi individu dalam hierarki masyarakat⁴. Tekanan pasar global semakin memperkuat kecenderungan tersebut melalui mekanisme produksi massal, strategi pemasaran yang agresif, dan percepatan siklus konsumsi. Perkembangan teknologi digital, khususnya e-commerce dan media sosial, turut mempermudah akses sekaligus meningkatkan dorongan konsumsi impulsif⁵. Akibatnya, individu kerap kehilangan daya reflektif untuk membedakan kebutuhan nyata dengan keinginan yang dikonstruksi oleh logika pasar.

Pola konsumsi yang berlebihan menimbulkan dampak serius terhadap struktur sosial, moralitas, dan keberlanjutan ekologis⁶. Dalam dimensi sosial, konsumerisme memperlebar kesenjangan karena kapasitas konsumsi sering dijadikan indikator utama keberhasilan dan kehormatan. Individu yang tidak mampu mengikuti standar konsumsi dominan kerap mengalami eksklusi dan marginalisasi simbolik. Secara moral, dominasi orientasi materialistik melemahkan

² Albérico Travassos Rosário, “The Role of Digital Marketing in Shaping Sustainable Consumption : Insights from a Systematic Literature Review,” *Sustainability* 2025, 2025, 1–29, <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su17177784>.

³ Syed Sibghatullah Shah and Zahid Asghar, “Heliyon Dynamics of Social Influence on Consumption Choices : A Social Network Representation,” *Heliyon* 9, no. 6 (2023): e17146, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17146>.

⁴ Sri Hidayah Resdawati, “Huma : Jurnal Sosiologi Huma : Jurnal Sosiologi,” *Huma: Jurnal Sosiologi* 3, no. 2 (2024): 156–67, <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/h-js.v3i2.205>.

⁵ Alin Nuril Asyifin, Mohammad Zainudin Aklis, and Universitas Ivet Semarang, “Konsumerisme Pada Santri Di Era Digital,” *ASNA: Jurnal Kependidikan Islam Dan Keagamaan* Vol. 6, no. 2 (2024): 1–8.

⁶ Studi Di et al., “KONSEKUENSI SOSIAL PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT PEDESAAN” (Studi Di Desa Ulak Lebar, Kecamatan Pino, Kab. Bengkulu Selatan),” *Jurnal IDEA* 1, no. 1 (2022): 25–41, <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/idea.v1i1.4146>.

nilai kesederhanaan, empati, dan solidaritas, sehingga kebahagiaan direduksi pada akumulasi kepemilikan semata. Akibatnya, kualitas relasi sosial dan kontribusi terhadap kepentingan bersama menjadi terabaikan. Dampak ekologis dari pola ini juga semakin nyata, tercermin dalam eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, peningkatan volume limbah, serta kerusakan lingkungan yang masif⁷. Dalam skala global, krisis iklim berkaitan erat dengan pola konsumsi manusia yang tidak terkendali dan berorientasi jangka pendek, sehingga mengancam keberlanjutan generasi mendatang.

Paradigma ekonomi konvensional, terutama yang bertumpu pada pemikiran neoklasik, memiliki keterbatasan struktural dalam menghadapi persoalan konsumsi berlebihan⁸. Rasionalitas ekonomi dipahami sebagai perilaku individu yang berorientasi pada pemaksimalan utilitas pribadi, dengan penekanan minimal pada konsekuensi sosial dan ekologis yang ditimbulkan. Dalam kerangka tersebut, konsumsi ditempatkan sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi, sehingga peningkatan permintaan kerap dipersepsi sebagai tanda keberhasilan pembangunan. Logika ini membuat aktivitas konsumsi dipandang netral secara moral dan terbebas dari pertimbangan etis. Akibatnya, dimensi tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan cenderung terpinggirkan dalam proses pengambilan keputusan ekonomi. Kondisi ini menyebabkan ekonomi konvensional kesulitan menawarkan solusi normatif terhadap konsumerisme, karena pola konsumsi berlebihan justru terintegrasi dan terus direproduksi dalam paradigma pertumbuhan ekonomi yang dominan.

Dalam menghadapi keterbatasan paradigma ekonomi konvensional, ekonomi syariah hadir sebagai pendekatan alternatif yang tidak semata-mata menekankan efisiensi dan pertumbuhan, tetapi juga mengintegrasikan nilai moral, keadilan, dan keseimbangan⁹. Aktivitas ekonomi dipahami sebagai bagian dari amanah manusia sebagai khalifah di bumi, sehingga praktik konsumsi tidak boleh dilepaskan dari tanggung jawab sosial dan ekologis¹⁰. Prinsip halal

⁷ Stephen Parkes Alvaro Castano Garcia, Aimee Ambrose, Anna Hawkins, "High Consumption, an Unsustainable Habit That Needs More Attention," *Energy Research & Social Science* 80 (2021), <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102241>.

⁸ Mark Diesendorf et al., "Sustainability Scientists' Critique of Neoclassical Economics," *Global Sustainability* 7, no. e33 (2024): 1–13, <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/sus.2024.36> Received:

⁹ Mohammad Romli Ach. Subkiyanto, "Integrasi Akuntansi Syariah Dan Green Accounting: Pendekatan Konseptual Terhadap Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals)," *Jurnal Tana Mana* 6, no. 2 (2025): 384–93.

¹⁰ Eka Yuni Hartati et al., "Peran Ekis Dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Green Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , Indonesia Green Economy , Serta Mengexplorasi

dan tayyib memastikan bahwa barang dan jasa yang dikonsumsi tidak merusak nilai kemanusiaan, sementara prinsip moderasi dan keadilan berfungsi mengendalikan kecenderungan berlebihan. Berbeda dengan pendekatan utilitarian yang berfokus pada kepuasan individual, ekonomi syariah menempatkan kemaslahatan sebagai tujuan utama yang mencakup kesejahteraan material sekaligus spiritual. Dengan kerangka tersebut, konsumsi dipandang sebagai aktivitas bernilai etis dan transendental, bukan sekadar tindakan ekonomi yang bersifat teknis dan netral nilai.

Salah satu prinsip etis yang memiliki posisi sentral dalam ekonomi syariah dan relevan dengan persoalan konsumsi adalah qanā‘ah. Qanā‘ah dimaknai sebagai sikap merasa cukup, kemampuan mengendalikan diri, serta penerimaan yang proporsional atas karunia Allah tanpa terjebak pada keinginan yang berlebihan¹¹. Prinsip ini tidak identik dengan sikap pasif atau penolakan terhadap aktivitas ekonomi, melainkan menekankan kesadaran moral dalam memanfaatkan sumber daya secara bertanggung jawab. Dalam praktik konsumsi, qanā‘ah berperan sebagai mekanisme pengendalian internal yang membatasi dorongan konsumtif dan membantu individu membedakan antara kebutuhan esensial dan keinginan yang bersifat simbolik. Dengan menanamkan nilai kesederhanaan, kecukupan, dan kepedulian sosial, qanā‘ah berpotensi membentuk pola konsumsi yang lebih seimbang. Oleh karena itu, qanā‘ah dapat diposisikan sebagai fondasi etika konsumsi yang adil, moderat, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Urgensi pengkajian prinsip qanā‘ah semakin menguat seiring dengan memburuknya krisis ekologis global dan meningkatnya perhatian terhadap gagasan konsumsi berkelanjutan. Wacana internasional mengenai sustainable consumption menegaskan bahwa perubahan pola konsumsi tidak dapat bertumpu semata pada kemajuan teknologi atau efisiensi produksi, melainkan menuntut transformasi nilai, sikap, dan kesadaran individu. Dalam konteks ini, qanā‘ah menawarkan kerangka etis yang sejalan dengan agenda keberlanjutan karena mendorong

Bagaimana Pendekatan Ini Dapat Diimplementasikan Berkelanjutan , Sehingga Tercipta S,” *Santri : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 6 (2024): 202–16, <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.1042>.

¹¹ Fisnu Anggara Fitrianta and Ayatullah Kutub Hardew, “HUBUNGAN QANA ’ AH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA RANTAU,” *Jurnal Consulenza:Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi* 7, no. 1 (2024): 119–31, <https://doi.org/https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i1.2639>.

pengendalian diri, kecukupan, dan tanggung jawab dalam menggunakan sumber daya¹². Integrasi prinsip qanā‘ah ke dalam kerangka ekonomi syariah berpotensi memperkuat kontribusi nilai-nilai Islam dalam perdebatan global tentang etika konsumsi dan keberlanjutan lingkungan. Meskipun demikian, kajian akademik yang mengaitkan qanā‘ah secara sistematis dengan dinamika budaya konsumsi modern masih terbatas, sehingga memerlukan pendalaman konseptual yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Berdasarkan pemaparan tersebut, artikel ini memusatkan perhatian pada proses bagaimana budaya konsumsi modern membentuk dan memengaruhi perilaku ekonomi masyarakat, serta menelaah sejauh mana prinsip qanā‘ah memiliki relevansi sebagai alternatif etika konsumsi dalam kerangka ekonomi syariah. Tujuan utama kajian ini adalah menganalisis secara konseptual peran qanā‘ah dalam merespons fenomena konsumerisme sekaligus mendorong terbentuknya pola konsumsi yang lebih sadar dan berkelanjutan. Di samping itu, penelitian ini berupaya memperkaya khazanah pemikiran ekonomi syariah dengan menempatkan qanā‘ah sebagai prinsip strategis dalam transformasi nilai dan perilaku konsumsi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif-konseptual, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ekonomi syariah yang tidak hanya menekankan efisiensi dan pertumbuhan, tetapi juga menjunjung etika, keadilan sosial, inklusivitas, serta keberlanjutan lingkungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Budaya Konsumsi Modern

Dalam perspektif ekonomi modern, budaya konsumsi dipahami sebagai fenomena sosial-ekonomi yang tumbuh sejalan dengan ekspansi kapitalisme global dan intensifikasi pasar yang terintegrasi. Konsumerisme merujuk pada pola perilaku yang menempatkan aktivitas konsumsi bukan sekadar sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, tetapi sebagai tujuan utama dan indikator keberhasilan individu¹³. Dalam konteks ini, konsumsi tidak lagi digerakkan oleh kebutuhan riil, melainkan oleh hasrat yang terus direproduksi melalui iklan, media massa, dan konstruksi gaya

¹² Misi Anggraini, “Mindful Consumption in Islamic Economics: A Conceptual Analysis within the Framework of Sustainability,” *Journal of Economics and Business Research* 4, no. 2 (2025): 200–218, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/juebir/article/view/12995/3881>.

¹³ RB. Iwan Noor Suhasto Yana Dwi Christianti, Vaisal Amir, “PARADOKSKONSUMERISME ‘MANUSIA AKUNTANSI’ STUDIFENOMENOLOGI TRANSENDENTALPERILAKU KONSUMSIDI ERA INDUSTRI 4.0 DALAM PANDANGAN ISLAM,” *Edunomika* 05, no. 02 (2021): 1055–65.

hidup populer. Overconsumption muncul ketika individu mengonsumsi barang dan jasa melampaui fungsi dasarnya, demi kepuasan simbolik dan psikologis¹⁴. Fenomena tersebut cenderung dinormalisasi dalam sistem ekonomi modern karena konsumsi diposisikan sebagai penggerak utama pertumbuhan dan stabilitas ekonomi. Akibatnya, peningkatan konsumsi sering dipromosikan secara agresif tanpa pertimbangan serius terhadap konsekuensi sosial, moral, dan lingkungan dalam jangka panjang.

Teori ekonomi neoklasik menjelaskan perilaku konsumsi melalui konsep rasionalitas dan utilitas sebagai fondasi utama pengambilan keputusan individu¹⁵. Konsumen diasumsikan bertindak sebagai agen rasional yang selalu berupaya memaksimalkan kepuasan pribadi berdasarkan preferensi, pendapat, dan keterbatasan sumber daya yang dimilikinya. Dalam kerangka teori utilitas, tingkat kepuasan individual dijadikan indikator utama dalam menentukan pilihan konsumsi, sehingga keputusan ekonomi dipandang sebagai hasil perhitungan rasional semata. Pendekatan ini cenderung mengesampingkan dimensi moral, etika, dan sosial karena dianggap subjektif, normatif, serta sulit diukur secara kuantitatif. Rasionalitas ekonomi kemudian direduksi menjadi kalkulasi untung-rugi yang bersifat material dan individualistik. Berbagai kritik muncul terhadap pendekatan ini karena asumsi rasionalitas sempurna tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas sosial, terutama ketika perilaku konsumsi dipengaruhi oleh emosi, tekanan budaya, dan konstruksi simbolik yang melampaui pertimbangan utilitas semata.

Budaya konsumsi modern mendapat kritik luas dari berbagai disiplin ilmu, termasuk ekonomi heterodoks, sosiologi, dan kajian etika. Konsumerisme dipandang mendorong terjadinya alienasi sosial, karena identitas individu semakin dibangun melalui kepemilikan materi dan simbol status, bukan melalui kualitas relasi sosial atau kontribusi moral bagi masyarakat¹⁶. Selain itu, praktik overconsumption dinilai memperparah ketimpangan ekonomi, sebab standar konsumsi dominan sulit diakses oleh kelompok rentan. Dari perspektif ekologis,

¹⁴ Suzy Widayarsi, Euis Soliha, and Ignatius Hari Santoso, “Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen,” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 15, no. 2 (2021): 159–71, <https://doi.org/10.32812/jibeka.v15i2.230>.

¹⁵ Jbep Jurnal Bisnis et al., “Perekonomian 2 Sektor: Perekonomian Rumah Tangga Dan Perusahaan Adil Pratomo Fadhlur Rohman Renita Dewi Institut Agama Islam Negeri Metro Dua Sektor Utama Ini , Yakni Rumah Tangga Dan Perusahaan , Melalui Pendekatan Kualitatif .,” *JBEP: Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak* 1, no. 2 (2024): 103–15, [https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jbep.v1i2.160](https://doi.org/10.61132/jbep.v1i2.160).

¹⁶ Rahmi Rachel and Rakhmadsyah Putra Rangkuty, “KONSUMERISME DAN GAYA HIDUP PEREMPUAN DI RUANG SOSIAL: ANALISIS BUDAYA PEMBEADAAN DIRI DI LINGKUNGAN FISIP UNIMAL,” *JSM (Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh)* 1, no. 1 (2020): 97–113.

produksi dan konsumsi massal mempercepat eksploitasi sumber daya alam, meningkatkan volume limbah, serta memperburuk krisis lingkungan global. Kritik juga diarahkan pada ekonomi arus utama yang gagal menginternalisasi biaya sosial dan lingkungan dari aktivitas konsumsi ke dalam mekanisme pasar. Kondisi tersebut memunculkan kebutuhan mendesak akan paradigma alternatif yang mampu mengintegrasikan dimensi etika, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan sebagai bagian integral dari perilaku konsumsi manusia.

Konsumsi dalam Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah memandang konsumsi sebagai aktivitas ekonomi yang tidak terpisah dari nilai moral dan tujuan spiritual manusia. Prinsip dasar konsumsi syariah mencakup kehalalan, kebaikan (tayyib), moderasi, dan keadilan sebagai pedoman normatif dalam menggunakan sumber daya¹⁷. Konsep halal dan tayyib menegaskan bahwa barang dan jasa yang dikonsumsi tidak hanya sah secara hukum syariah, tetapi juga membawa kebaikan bagi kesehatan manusia, masyarakat, dan kelestarian lingkungan. Prinsip moderasi mendorong individu untuk menghindari perilaku konsumsi berlebihan serta menumbuhkan sikap proporsional dalam memenuhi kebutuhan. Sementara itu, keadilan menuntut agar pola konsumsi tidak menimbulkan ketimpangan dan tidak merugikan pihak lain. Konsumsi dalam ekonomi syariah tidak diarahkan pada pemuasan keinginan tanpa batas, melainkan pada pemenuhan kebutuhan secara seimbang dan bertanggung jawab¹⁸. Dengan kerangka tersebut, ekonomi syariah menawarkan landasan etis yang kuat dalam mengendalikan perilaku konsumsi.

Dalam kerangka maqāṣid al-sharī‘ah, konsumsi diposisikan sebagai sarana strategis untuk menjaga dan mewujudkan kemaslahatan manusia secara menyeluruh. Aktivitas konsumsi memiliki keterkaitan langsung dengan perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta sebagai tujuan utama syariat¹⁹. Pola konsumsi yang berlebihan berpotensi merusak tujuan-tujuan tersebut, baik melalui pemborosan sumber daya, pengabaian nilai moral, peningkatan ketimpangan sosial, maupun per cepatan kerusakan lingkungan. Oleh sebab itu, konsumsi dalam ekonomi syariah tidak diarahkan pada pencapaian kepuasan individual semata, tetapi pada dukungan terhadap kesejahteraan yang bersifat holistik dan berkelanjutan. Pendekatan maqāṣid

¹⁷ Baitul Hamdi, “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah),” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1–15.

¹⁸ Hamdi.

¹⁹ Fadilla Syahriani et al., “Application of Maqasid Al-Shariah in Islamic Economics and Finance as the Development of Products of Islamic Value,” *HAKAMAIN: Journal of Sharia and Studies* 2, no. 1 (2023): 150–62, <https://doi.org/10.57255/hakamain.v2i1.322>.

menyediakan landasan teoretik yang kokoh bagi pengembangan etika konsumsi Islam yang kontekstual dan adaptif terhadap tantangan zaman. Dalam perspektif ini, konsumsi dipahami sebagai bentuk ibadah sosial yang merefleksikan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan kolektif.

Konsep Qanā‘ah dalam Islam

Qanā‘ah merupakan konsep etis dalam Islam yang merujuk pada sikap merasa cukup, menerima karunia Allah secara proporsional, dan mengendalikan dorongan berlebih dalam memenuhi kebutuhan hidup²⁰. Al-Qur'an dan Hadis secara konsisten menekankan pentingnya pengendalian diri serta melarang sikap israf dan tabdzir dalam konsumsi. Qanā‘ah memiliki dimensi spiritual karena berkaitan erat dengan keimanan, rasa syukur, dan ketergantungan kepada Allah. Selain itu, terdapat dimensi sosial yang mendorong empati, solidaritas, dan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain. Dari sisi etis, qanā‘ah membentuk perilaku konsumsi yang bertanggung jawab dan berorientasi pada keseimbangan. Konsep ini kerap disalahpahami sebagai sikap pasif atau penolakan terhadap kemajuan ekonomi. Padahal, qanā‘ah berbeda dari kemiskinan pasif karena tidak menafikan usaha dan produktivitas, melainkan mengarahkan hasil konsumsi agar tetap berada dalam batas moral, keadilan, dan keberlanjutan.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji konsumsi dalam ekonomi Islam dan etika konsumsi Muslim, baik melalui pendekatan normatif maupun empiris. Studi-studi tersebut umumnya menekankan pentingnya prinsip halal, moderasi, serta dimensi spiritual dalam membentuk perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai Islam. Meskipun demikian, kajian yang secara spesifik mengaitkan konsep qanā‘ah dengan dinamika budaya konsumsi modern masih relatif terbatas. Banyak penelitian memosisikan qanā‘ah semata sebagai nilai individual yang bersifat personal, tanpa menghubungkannya secara kritis dengan konsumerisme global dan tekanan pasar kontemporer. Selain itu, pendekatan konseptual yang mengintegrasikan qanā‘ah dengan isu konsumsi berkelanjutan dan keberlanjutan lingkungan masih jarang dikembangkan. Oleh karena itu, penelitian ini menempati posisi kebaruan dengan menawarkan analisis konseptual yang menempatkan qanā‘ah sebagai prinsip etika konsumsi alternatif yang relevan untuk merespons budaya konsumsi modern secara lebih komprehensif.

METODOLOGI PENELITIAN

²⁰ Fitrianta and Hardew, "HUBUNGAN QANA ' AH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA RANTAU."

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan fokus utama pada analisis konseptual dan normatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan kajian tidak diarahkan untuk mengukur fenomena konsumsi secara statistik, melainkan untuk memahami, menafsirkan, serta merekonstruksi makna konsumsi dalam kerangka ekonomi syariah. Jenis penelitian konseptual–normatif memungkinkan peneliti menelaah secara mendalam nilai, prinsip, dan fondasi etika yang membentuk perilaku konsumsi, terutama dalam menghadapi dinamika budaya konsumsi modern. Melalui pendekatan ini, konsep qanā‘ah dikaji sebagai prinsip normatif yang memiliki relevansi teoretis sekaligus potensi aplikatif dalam mengendalikan kecenderungan konsumtif. Selain itu, pendekatan tersebut membuka ruang dialog kritis antara paradigma ekonomi modern yang berorientasi utilitas dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang menekankan keseimbangan, tanggung jawab moral, dan kemaslahatan.

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yakni literatur klasik Islam dan literatur kontemporer. Literatur klasik mencakup karya-karya tafsir Al-Qur'an, hadis, serta kitab fiqh dan etika Islam yang mengulas isu konsumsi, moderasi, dan pengendalian diri. Sumber-sumber tersebut dimanfaatkan untuk memperoleh landasan normatif dan pemahaman mendalam mengenai konsep qanā‘ah serta prinsip konsumsi dalam ajaran Islam. Adapun literatur kontemporer meliputi artikel jurnal internasional bereputasi dan buku-buku akademik mutakhir yang membahas budaya konsumsi modern, konsumerisme, etika konsumsi, serta isu keberlanjutan. Pemanfaatan dua jenis literatur ini dimaksudkan untuk membangun dialog konseptual yang kritis antara khazanah pemikiran Islam dan wacana ekonomi modern, sehingga analisis yang dihasilkan bersifat komprehensif dan kontekstual.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi dokumentasi dan kajian pustaka sistematis terhadap berbagai sumber yang relevan dengan fokus kajian. Seluruh data yang dihimpun kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tema utama, serta konsep kunci yang berkaitan dengan budaya konsumsi modern dan prinsip qanā‘ah. Tahap selanjutnya melibatkan analisis konseptual-kritis yang bertujuan mengevaluasi asumsi dasar, keterbatasan, serta implikasi normatif dari masing-masing paradigma konsumsi. Kerangka analisis penelitian disusun melalui integrasi antara karakteristik budaya konsumsi modern dan nilai-nilai qanā‘ah dalam ekonomi syariah. Melalui kerangka tersebut, penelitian ini berupaya merumuskan pemahaman konseptual yang utuh mengenai posisi

qanā‘ah sebagai prinsip etika alternatif yang mampu mengarahkan perilaku konsumsi menuju keseimbangan, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Orientasi Materialistik dan Simbol Status

Budaya konsumsi modern dicirikan oleh orientasi materialistik yang menempatkan kepemilikan barang sebagai indikator utama keberhasilan dan kebahagiaan individu²¹. Konsumsi tidak lagi berfungsi sebatas pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan bertransformasi menjadi sarana pembentukan identitas diri dan simbol status sosial. Barang, merek, dan gaya hidup tertentu dimaknai sebagai penanda kelas sosial, prestise, serta penerimaan dalam komunitas tertentu. Dalam konteks ini, nilai guna barang kerap dikalahkan oleh nilai simbolik yang dilekatkan padanya. Individu ter dorong untuk terus meningkatkan tingkat konsumsi demi mempertahankan citra sosial yang dianggap ideal. Akibatnya, batas antara kebutuhan riil dan keinginan simbolik menjadi semakin kabur. Pola konsumsi berlebihan pun tidak lagi dipersepsikan sebagai penyimpangan, melainkan dinormalisasi sebagai bagian dari kehidupan modern yang dianggap wajar dan bahkan aspiratif.

Selain sebagai simbol status, konsumsi dalam masyarakat modern juga berfungsi sebagai sarana ekspresi identitas sosial dan kultural. Pilihan konsumsi mencerminkan afiliasi nilai, selera, dan gaya hidup tertentu yang ingin ditampilkan kepada publik²². Dalam situasi ini, individu tidak hanya mengonsumsi barang, tetapi juga makna sosial yang melekat padanya. Identitas dibangun melalui apa yang dimiliki dan ditampilkan, bukan melalui kontribusi sosial atau kualitas moral. Pola ini menciptakan tekanan sosial yang kuat, terutama bagi kelompok muda, untuk menyesuaikan diri dengan standar konsumsi dominan. Ketidakmampuan mengikuti pola tersebut sering kali menimbulkan rasa keterasingan dan inferioritas sosial. Dengan demikian, konsumsi tidak lagi bersifat personal, melainkan menjadi mekanisme sosial yang membentuk hierarki dan relasi kuasa dalam masyarakat.

²¹ Angella Yunita Azarah, Marshanda Sephira, and Rahmasari Dwi, “Budaya Konsumsi Baju Lebaran Sebagai Bentuk Sosial Gaya Hidup Konsumtif Pada Desa Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember,” *AKSIOLOGI: JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL* 4, no. 2 (2024): 21–30, <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/aksiologi.v5i1.215>.

²² Media Sosial et al., “Analisis Budaya Konsumerisme Dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial Di Kota Tanjungpinang,” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 8 (2022): 1198–1204, <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i8.676>.

Peran Media, Iklan, dan Ekonomi Digital

Media, iklan, dan ekonomi digital berperan signifikan dalam memperkuat dan mereproduksi budaya konsumsi modern. Melalui strategi pemasaran yang persuasif, media tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga membangun narasi tentang gaya hidup ideal dan definisi kesuksesan. Iklan menciptakan ilusi bahwa kebahagiaan dan kepuasan hidup dapat dicapai melalui konsumsi berkelanjutan²³. Perkembangan ekonomi digital, khususnya platform e-commerce dan media sosial, semakin mempermudah akses konsumsi sekaligus mempercepat siklus pembelian. Algoritma digital secara aktif membentuk preferensi konsumen melalui personalisasi konten dan iklan tertarget. Kondisi ini melemahkan kontrol diri individu dan memperbesar dorongan konsumsi impulsif. Konsumsi pun sering kali terjadi tanpa refleksi etis dan pertimbangan jangka panjang.

Kemajuan teknologi digital tidak hanya mempermudah konsumsi, tetapi juga menormalisasi perilaku konsumsi impulsif. Fitur pembayaran instan, diskon berbasis waktu, dan promosi berkelanjutan mendorong keputusan konsumsi yang cepat dan minim refleksi²⁴. Dalam situasi ini, rasionalitas konsumen semakin tereduksi karena keputusan didorong oleh emosi, dorongan sesaat, dan tekanan sosial daring. Budaya konsumsi menjadi semakin reaktif terhadap tren yang berubah cepat, sehingga umur pakai barang semakin pendek. Pola ini memperkuat siklus konsumsi berlebihan yang berdampak pada pemborosan sumber daya. Normalisasi konsumsi impulsif menunjukkan bahwa masalah konsumsi modern tidak hanya bersifat individual, tetapi juga struktural, karena dibentuk oleh sistem ekonomi dan teknologi yang mendorong konsumsi tanpa batas.

Qanā‘ah sebagai Pengendali Nafsu Konsumsi

Dalam perspektif ekonomi syariah, prinsip qanā‘ah berfungsi sebagai mekanisme etis internal untuk mengendalikan nafsu konsumsi. Qanā‘ah mendorong individu membedakan secara sadar antara kebutuhan esensial dan keinginan yang berlebihan²⁵. Prinsip ini menanamkan kesadaran bahwa kepuasan hidup tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan konsumsi

²³ Anastasia Yuni Widyaningrum and Yuli Nugraheni, “HIPERREALITAS MAKNA KESENANGAN DALAM IKLAN BERTEMA GAYA HIDUP DI MEDIA SOSIAL,” *JURNAL KAWISTARA* 11, no. 2 (2021): 174–85.

²⁴ Nikita Lailan Hasibuan and Ahmad Al Fauzan, “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Pada Penggunaan E-Wallet Dan E-Commerce,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 6 (2025): 301–11.

²⁵ Fitrianta and Hardew, “HUBUNGAN QANA’AH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA RANTAU.”

materi. Dengan menginternalisasi qanā‘ah, individu dilatih untuk mengembangkan pengendalian diri, rasa cukup, dan sikap syukur atas apa yang dimiliki. Dalam konteks budaya konsumsi modern yang agresif, qanā‘ah berperan sebagai benteng moral yang bekerja dari dalam diri, tanpa mengandalkan regulasi eksternal yang bersifat koersif. Oleh karena itu, qanā‘ah memperkuat dimensi etika dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Qanā‘ah memiliki dimensi spiritual yang kuat karena berakar pada keimanan dan kesadaran akan keterbatasan manusia. Sikap merasa cukup merefleksikan kepercayaan bahwa rezeki telah diatur secara proporsional oleh Allah, sehingga konsumsi tidak perlu didorong oleh kecemasan berlebihan. Dimensi spiritual ini memberikan ketenangan batin yang menjadi antitesis dari budaya konsumsi modern yang sarat kompetisi dan ketidakpuasan. Dengan qanā‘ah, individu tidak terjebak dalam perlombaon konsumsi yang melelahkan secara psikologis²⁶. Sikap ini membantu membangun hubungan yang lebih sehat antara manusia dan harta, di mana harta diposisikan sebagai sarana, bukan tujuan. Dalam konteks ini, qanā‘ah berkontribusi pada kesejahteraan psikologis sekaligus stabilitas moral individu.

Implikasi qanā‘ah melampaui ranah individual dan menyentuh dimensi sosial serta ekologis. Dengan membatasi konsumsi berlebihan, qanā‘ah membuka ruang bagi distribusi sumber daya yang lebih adil²⁷. Konsumsi yang moderat mengurangi akumulasi berlebih pada kelompok tertentu dan memberi peluang akses bagi kelompok lain. Dari sisi lingkungan, qanā‘ah mendorong penggunaan sumber daya secara bertanggung jawab dan menekan eksplorasi berlebihan²⁸. Konsumsi dipahami sebagai aktivitas yang memiliki konsekuensi sosial dan ekologis, bukan sekadar pilihan personal. Dalam kerangka ini, qanā‘ah berfungsi sebagai jembatan antara etika individu dan kepentingan kolektif, menjadikannya prinsip penting dalam membangun keadilan sosial dan keseimbangan ekologis secara berkelanjutan.

Qanā‘ah dan Konsumsi Berkelanjutan

²⁶ Fitrianta and Hardew.

²⁷ Muhajir Zainuddin and Mahlel Mahlel, “KONSUMSI BARANG DAN JASA DALAM PERSPEKTIF TEORI MAQASHID AL-SYARIAH,” *JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM* 1, no. 1 (2022): 45–54.

²⁸ Dhona Shahreza, “The Relatedness of Islamic Consumption Values with Responsible Consumption for Development (Case Study in Indonesia),” *REVIEW OF ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE* 6, no. 1 (2023): 105–18.

Konsep konsumsi berkelanjutan menuntut perubahan mendasar dalam nilai dan perilaku konsumsi manusia²⁹. Prinsip ini menekankan pemenuhan kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang. Qanā‘ah memiliki relevansi kuat dalam konteks ini karena mendorong pembatasan konsumsi secara sadar dan sukarela. Nilai kesederhanaan yang terkandung dalam qanā‘ah membantu individu mengurangi konsumsi yang tidak esensial dan memprioritaskan kebermanfaatan jangka panjang. Dengan demikian, qanā‘ah dapat dipandang sebagai fondasi etis yang menopang praktik konsumsi berkelanjutan. Integrasi nilai spiritual dan tanggung jawab moral menjadikan qanā‘ah berbeda dari pendekatan teknokratis yang hanya berfokus pada efisiensi sumber daya.

Dalam kerangka green economy, aktivitas ekonomi diarahkan agar sejalan dengan perlindungan lingkungan dan inklusivitas sosial. Qanā‘ah berkontribusi terhadap agenda ini dengan menekan permintaan konsumsi yang bersifat destruktif terhadap alam. Konsumsi yang moderat mengurangi tekanan terhadap sumber daya alam, menekan emisi, dan menurunkan volume limbah³⁰. Selain itu, qanā‘ah mendorong pergeseran preferensi konsumen menuju produk yang lebih berkelanjutan dan bernilai guna jangka panjang. Dengan perubahan preferensi ini, struktur pasar dan pola produksi juga berpotensi ikut berubah. Oleh karena itu, qanā‘ah tidak hanya relevan pada level individu, tetapi juga memiliki implikasi sistemik dalam mendukung pembangunan ekonomi yang hijau dan berkelanjutan.

Penerapan qanā‘ah membawa implikasi teoretik berupa pergeseran orientasi konsumsi dari utilitas menuju kemaslahatan³¹. Dalam ekonomi konvensional, konsumsi diarahkan pada maksimalisasi kepuasan individual. Sebaliknya, ekonomi syariah menempatkan kemaslahatan sebagai tujuan utama yang mencakup kesejahteraan individu, masyarakat, dan lingkungan. Qanā‘ah membantu merekonstruksi rasionalitas konsumen agar tidak hanya mempertimbangkan manfaat material, tetapi juga dampak sosial dan moral. Pergeseran ini memperkaya teori konsumsi dengan dimensi etis dan spiritual yang selama ini terpinggirkan. Dengan demikian,

²⁹ A Nurul Suci Amaliah et al., “Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (Sustainable Consumption Behavior) Di Indonesia: Peran Environmental Concern, Perceived Consumer Effectiveness Dan Altruism,” *JIPE: Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi* 13, no. 2 (2023): 157–70, [https://doi.org/https://doi.org/10.24036/011261450](https://doi.org/10.24036/011261450).

³⁰ Madeleine Vollebregt et al., “Reducing without Losing : Reduced Consumption and Its Implications For,” *Sustainable Production and Consumption* 45, no. September 2023 (2024): 91–103, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.12.023>.

³¹ Anggraini, “Mindful Consumption in Islamic Economics : A Conceptual Analysis within the Framework of Sustainability.”

qanā‘ah menawarkan kontribusi konseptual penting bagi pengembangan teori ekonomi syariah yang lebih holistik dan kontekstual.

Ekonomi Syariah sebagai Moral Economy

Dengan mengintegrasikan prinsip qanā‘ah, ekonomi syariah semakin menegaskan posisinya sebagai moral economy yang berlandaskan nilai etika dan spiritualitas. Dalam kerangka ini, konsumsi dipahami bukan sekadar aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan material, melainkan sebagai tindakan bermakna yang harus selaras dengan prinsip keadilan, moderasi, dan tanggung jawab sosial. Ekonomi syariah tidak menolak pertumbuhan ekonomi, namun berupaya mengarahkan proses pertumbuhan tersebut agar tidak berlangsung secara eksesif dan tidak mengorbankan martabat manusia maupun keberlanjutan lingkungan. Prinsip qanā‘ah berfungsi sebagai pedoman etis yang membentuk kesadaran individu untuk membatasi keinginan, menghindari perilaku konsumsi eksploratif, serta mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis dari setiap pilihan konsumsi³². Dengan pendekatan ini, ekonomi syariah mampu menawarkan alternatif normatif yang lebih seimbang terhadap budaya konsumsi modern yang cenderung materialistik, individualistik, dan berorientasi pada pemuasan hasrat jangka pendek.

Dalam menghadapi krisis sosial dan ekologis global yang semakin kompleks, ekonomi syariah dengan prinsip qanā‘ah menunjukkan relevansi yang kian menguat³³. Kerangka ini menawarkan landasan etis yang tidak hanya responsif terhadap dinamika konsumsi modern, tetapi juga mampu memberikan arah normatif yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Prinsip qanā‘ah tidak berhenti pada ranah spiritual individual, melainkan berfungsi sebagai instrumen transformasi sosial dan ekonomi yang mendorong pengendalian diri, empati sosial, serta kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan menempatkan keseimbangan, tanggung jawab moral, dan kemaslahatan bersama sebagai orientasi utama, ekonomi syariah berpotensi memberikan kontribusi signifikan bagi pembangunan global yang lebih adil, inklusif, dan berjangka panjang. Oleh karena itu, integrasi qanā‘ah ke dalam wacana ekonomi kontemporer tidak hanya memperkaya perspektif teoretis, tetapi juga memperluas diskursus mengenai masa depan pola konsumsi manusia yang lebih bermoral, reflektif, dan berorientasi pada keberlanjutan lintas generasi.

³² Hamdi, “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah).”

³³ Jurnal Masharif et al., “TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION: AN ISLAMIC MACROECONOMIC PERSPECTIVE,” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 204 (2024): 2335–52.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya konsumsi modern berkembang dalam kerangka materialisme, simbolisme status, serta penetrasi media dan ekonomi digital yang secara sistematis mendorong perilaku konsumsi berlebihan. Konsumsi tidak lagi diposisikan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, melainkan sebagai instrumen pembentukan identitas dan legitimasi sosial. Temuan konseptual mengindikasikan bahwa paradigma ekonomi konvensional memiliki keterbatasan struktural dalam mengendalikan pola tersebut karena berfokus pada rasionalitas utilitarian dan maksimisasi kepuasan individual. Dalam konteks ini, prinsip qanā‘ah dalam ekonomi syariah tampil relevan sebagai kerangka etika alternatif yang menekankan pengendalian diri, rasa cukup, dan keseimbangan antara kebutuhan material dan nilai moral. Qanā‘ah tidak hanya beroperasi pada ranah individual, tetapi juga membawa implikasi sosial dan ekologis melalui dorongan terhadap konsumsi moderat, keadilan distribusi, serta tanggung jawab terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, prinsip ini mampu mereorientasi konsumsi dari pemuasan hasrat menuju pencapaian kemaslahatan yang bersifat holistik.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada penguatan ekonomi syariah sebagai moral economy yang mengintegrasikan dimensi etika, spiritualitas, dan keberlanjutan dalam analisis perilaku ekonomi. Integrasi prinsip qanā‘ah ke dalam diskursus konsumsi menawarkan perspektif normatif yang berbeda dari pendekatan arus utama, khususnya dalam merespons konsumerisme global dan krisis ekologis yang semakin kompleks. Qanā‘ah menempatkan konsumsi dalam bingkai tanggung jawab moral dan sosial, sehingga mendorong terciptanya keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan kolektif. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena bersifat konseptual-normatif dan belum didukung oleh temuan empiris lapangan. Oleh karena itu, kajian ini belum dapat menggambarkan secara langsung sejauh mana prinsip qanā‘ah diinternalisasi dan dipraktikkan dalam perilaku konsumsi masyarakat Muslim pada konteks sosial yang beragam.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan empiris, baik melalui survei, eksperimen perilaku, maupun studi kasus, guna menguji implementasi prinsip qanā‘ah dalam praktik konsumsi sehari-hari. Penelitian komparatif antara etika konsumsi Islam dan pendekatan etika konsumsi lain, seperti ethical consumption atau sustainable consumption dalam ekonomi Barat, juga menjadi agenda penting untuk memperluas dialog keilmuan. Selain itu, eksplorasi peran institusi pendidikan,

media, dan kebijakan publik dalam membumikan nilai qanā‘ah perlu mendapat perhatian serius. Dengan pengembangan riset yang lebih aplikatif dan kontekstual, ekonomi syariah diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai wacana normatif, tetapi juga sebagai kerangka praktis dalam membangun pola konsumsi yang adil, berkelanjutan, dan selaras dengan tujuan kesejahteraan jangka panjang masyarakat.

REFERENSI

- Ach. Subkiyanto, Mohammad Romli. “Integrasi Akuntansi Syariah Dan Green Accounting: Pendekatan Konseptual Terhadap Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals).” *Jurnal Tana Mana* 6, no. 2 (2025): 384–93.
- Alvaro Castano Garcia, Aimee Ambrose, Anna Hawkins, Stephen Parkes. “High Consumption, an Unsustainable Habit That Needs More Attention.” *Energy Research & Social Science* 80 (2021). [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102241](https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102241).
- Amaliah, A Nurul Suci, Putri Maisara, Saifullah Waspada, and Andi Armayani. “Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (Sustainable Consumption Behavior) Di Indonesia: Peran Environmental Concern, Perceived Consumer Effectiveness Dan Altruism.” *JIPE: Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi* 13, no. 2 (2023): 157–70. [https://doi.org/https://doi.org/10.24036/011261450](https://doi.org/10.24036/011261450).
- Anggraini, Misi. “Mindful Consumption in Islamic Economics : A Conceptual Analysis within the Framework of Sustainability.” *Journal of Economics and Business Research* 4, no. 2 (2025): 200–218. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/juebir/article/view/12995/3881>.
- Asyifin, Alin Nuril, Mohammad Zainudin Aklis, and Universitas Ivet Semarang. “Konsumerisme Pada Santri Di Era Digital.” *ASNA: Jurnal Kependidikan Islam Dan Keagamaan* Vol. 6, no. 2 (2024): 1–8.
- Azarah, Angella Yunita, Marshanda Sephira, and Rahmasari Dwi. “Budaya Konsumsi Baju Lebaran Sebagai Bentuk Sosial Gaya Hidup Konsumtif Pada Desa Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.” *AKSIOLOGI: JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL* 4, no. 2 (2024): 21–30. [https://doi.org/https://doi.org/10.47134/aksiologi.v5i1.215](https://doi.org/10.47134/aksiologi.v5i1.215).
- Bisnis, Jbep Jurnal, Ekonomi Syariah, Zulfa Dela Octavia, Alamat Jl, Ki Hajar, Dewantara No, Kec Metro Tim, and Kota Metro. “Perekonomian 2 Sektor : Perekonomian Rumah Tangga Dan Perusahaan Adil Pratomo Fadhlur Rohman Renita Dewi Institut Agama Islam Negeri Metro Dua Sektor Utama Ini , Yakni Rumah Tangga Dan Perusahaan , Melalui Pendekatan Kualitatif .” *JBEP: Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak* 1, no. 2 (2024): 103–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jbep.v1i2.160>.
- Di, Studi, Desa Ulak, Kecamatan Pino, Kab Bengkulu Selatan, Opa Maya Sari, Linda Safitra, and M Si. “KONSEKUENSI SOSIAL PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT PEDESAAN” (Studi Di Desa Ulak Lebar, Kecamatan Pino, Kab. Bengkulu Selatan).” *Jurnal IDEA* 1, no. 1 (2022): 25–41. [https://doi.org/https://doi.org/10.36085/idea.v1i1.4146](https://doi.org/10.36085/idea.v1i1.4146).

Diesendorf, Mark, Geoff Davies, Thomas Wiedmann, and H Joachim. "Sustainability Scientists 'Critique of Neoclassical Economics." *Global Sustainability* 7, no. e33 (2024): 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/sus.2024.36> Received:

Fitrianta, Fisnu Anggara, and Ayatullah Kutub Hardew. "HUBUNGAN QANA ' AH DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA RANTAU." *Jurnal Consulenza:Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi* 7, no. 1 (2024): 119–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i1.2639>.

Hamdi, Baitul. "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1–15.

Hartati, Eka Yuni, Mulya Jayanti Putri, Mardhiyah Hayati, Jalan Letnan, Kolonel H Jl, Endro Suratmin, Kec Sukarame, and Kota Bandar Lampung. "Peran Ekis Dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Green Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , Indonesia Green Economy , Serta Mengeksplorasi Bagaimana Pendekatan Ini Dapat Diimplementasikan Berkelanjutan , Sehingga Tercipta S." *Santri : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 6 (2024): 202–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.1042>.

Hasibuan, Nikita Lailan, and Ahmad Al Fauzan. "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Pada Penggunaan E- Wallet Dan E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 6 (2025): 301–11.

Masharif, Jurnal, Jurnal Ekonomi, Perbankan Syariah Issn, and Accredited No. "TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION : AN ISLAMIC MACROECONOMIC PERSPECTIVE." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 204 (2024): 2335–52.

Rachel, Rahmi, and Rakhmadsyah Putra Rangkuty. "KONSUMERISME DAN GAYA HIDUP PEREMPUAN DI RUANG SOSIAL:ANALISIS BUDAYA PEMBEDAAN DIRI DI LINGKUNGAN FISIP UNIMAL." *JSM (Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh)* 1, no. 1 (2020): 97–113.

Resdawati, Sri Hidayah. "Huma : Jurnal Sosiologi Huma : Jurnal Sosiologi." *Huma: Jurnal Sosiologi* 3, no. 2 (2024): 156–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/h-js.v3i2.205>.

Rosário, Albérico Travassos. "The Role of Digital Marketing in Shaping Sustainable Consumption : Insights from a Systematic Literature Review." *Sustainability* 2025, 2025, 1–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su17177784>.

Shah, Syed Sibghatullah, and Zahid Asghar. "Heliyon Dynamics of Social Influence on Consumption Choices : A Social Network Representation." *Heliyon* 9, no. 6 (2023): e17146. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17146>.

Shahreza, Dhona. "The Relatedness of Islamic Consumption Values with Responsible Consumption for Development (Case Study in Indonesia)." *REVIEW OF ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE* 6, no. 1 (2023): 105–18.

Shamu, Yangjin, Zhenwu You, and Meng Wang. "Heliyon Social Visibility of Consumption and Conspicuous Consumption : An Empirical Analysis of Chinese Wedding Ceremonies."

- Heliyon* 10, no. 3 (2024): e25854. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25854>.
- Sosial, Media, Di Kota, Sely Monica, Naomi Prilda Siagian, Atika Rokhim, Universitas Maritim, and Raja Ali. "Analisis Budaya Konsumerisme Dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial Di Kota Tanjungpinang." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 8 (2022): 1198–1204. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i8.676>.
- Syahriani, Fadilla, Fini Fajri Mulyani, Sarah Afifah, and Alex Medani. "Application of Maqasid Al-Shariah in Islamic Economics and Finance as the Development of Products of Islamic Value." *HAKAMAIN: Journal of Sharia and Studies* 2, no. 1 (2023): 150–62. <https://doi.org/10.57255/hakamain.v2i1.322>.
- Vollebregt, Madeleine, Ruth Mugge, Carina Thürridl, and Willemijn Van Dolen. "Reducing without Losing : Reduced Consumption and Its Implications For." *Sustainable Production and Consumption* 45, no. September 2023 (2024): 91–103. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.12.023>.
- Widyaningrum, Anastasia Yuni, and Yuli Nugraheni. "HIPERREALITAS MAKNA KESENANGAN DALAM IKLAN BERTEMA GAYA HIDUP DI MEDIA SOSIAL." *JURNAL KAWISTARA* 11, no. 2 (2021): 174–85.
- Widyasari, Suzy, Euis Soliha, and Ignatius Hari Santoso. "Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen." *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 15, no. 2 (2021): 159–71. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v15i2.230>.
- Yana Dwi Christanti, Vaisal Amir, RB. Iwan Noor Suhasto. "PARADOKSKONSUMERISME 'MANUSIA AKUNTANSI' STUDIFENOMENOLOGI TRANSENDENTALPERILAKU KONSUMSIDI ERA INDUSTRI 4.0DALAM PANDANGAN ISLAM." *Edunomika* 05, no. 02 (2021): 1055–65.
- Zainuddin, Muhammadi, and Mahlef Mahlef. "KONSUMSI BARANG DAN JASA DALAM PERSPEKTIF TEORI MAQASHID AL-SYARIAH." *JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM* 1, no. 1 (2022): 45–54.