

## POLA KONSUMSI DALAM IMPLEMENTASI GAYA HIDUP HALAL CONSUMPTION PATTERNS IN THE IMPLEMENTATION OF HALAL LIFESTYLE

Ade Nur Rohim<sup>1\*</sup>, Prima Dwi Priyatno<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran  
Jakarta, Jl. RS Fatmawati Pondok Labu, Jakarta Selatan, 12450, Indonesia

\* E-mail: [adenurrohim@upnvj.ac.id](mailto:adenurrohim@upnvj.ac.id)

Naskah masuk: 2021-07-25

Naskah diperbaiki: 2021-08-09

Naskah diterima: 21-08-11

### ABSTRAK

Gaya hidup halal diimplementasikan dengan diawali upaya membangun *awareness* akan kehalalan produk yang dikonsumsi. Seiring meningkatnya jumlah konsumsi halal baik di level nasional maupun global, minat masyarakat terhadap konsumsi halal juga mengalami peningkatan. Kondisi ini akan menjadikan gaya hidup halal semakin berkembang di masyarakat, dengan dukungan Pemerintah melalui pengembangan industri halal di berbagai sektor. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola konsumsi islami yang mengimplementasikan gaya hidup halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data sekunder yang dihimpun melalui data kepustakaan (*library research*). Penelitian ini menyimpulkan implementasi gaya hidup halal dalam berkonsumsi dilakukan dengan mengaktualisasikan makna dan tujuan konsumsi dalam Islam, serta turut menjaga prinsip halal dan baik atas makanan yang dikonsumsi. Gaya hidup halal dimaknai sebagai aktivitas dan kegiatan yang dilakukan manusia serta diilhami dan didasari atas nilai-nilai dan norma Islam. Sehingga konsumen muslim dituntut untuk menghindari perilaku *tabzir*, *israf*, dan aktivitas terlarang lainnya. Implementasi gaya hidup halal juga ditunjukkan dengan mengalokasikan sebagian harta yang dimiliki untuk berdonasi. Penelitian ini merekomendasikan upaya peningkatan produksi barang dan makanan halal dengan standar sertifikasi halal, yang mampu mendorong peningkatan konsumsi halal di masyarakat sehingga menjadi gaya hidup.

**Kata kunci:** gaya hidup, halal, konsumsi

### ABSTRACT

*The halal lifestyle is implemented starting with efforts to build awareness of the halalness of the products consumed. Along with the increasing number of halal consumption both at the national and global levels, public interest in halal consumption has also increased. This condition will make the halal lifestyle more developed in the community, with the support of the Government through the development of the halal industry in various sectors. This article aims to explore Islamic consumption patterns that implement a halal lifestyle. This study uses descriptive qualitative methods with secondary data collected through library research. This study concludes that the implementation of a halal lifestyle in consumption is carried out by actualizing the meaning and purpose of consumption in Islam, as well as maintaining the halal and good principles of the food consumed. In addition, Muslim consumers are also required to avoid tabzir and israf behavior. The pattern is completed by allocating part of his wealth to donate. This study recommends that efforts be made to increase the production of halal goods and food with halal certification standards, so that it will encourage an increase in halal consumption in the community so that it becomes a modern lifestyle.*

**Keywords:** consumption, halal, lifestyle

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim, sehingga potensi untuk pengembangan industri halal sangat besar. Hal ini terbukti ketika Indonesia dinobatkan sebagai peringkat lima besar negara dengan industri halal terbesar setelah Malaysia, UEA, Bahrain, dan Arab Saudi (DinarStandard, 2018). Peringkat tersebut dirilis dalam *State of The Global Economy Report 2019/2020* dalam kegiatan *Indonesia Sharia Economy Festival (ISEF) 2019* di Jakarta.

Capaian peringkat lima tersebut merupakan rata-rata dari beberapa capaian di beberapa sektor industri halal. Di sektor *modest fashion*, Indonesia menduduki peringkat tiga. Sedangkan di sektor *Islamic finance* Indonesia menduduki peringkat lima, dan juga peringkat empat untuk kategori *muslim friendly travel* (Jaelani, 2017). Capaian ini tentu menjadi hal yang patut dibanggakan, karena tentu akan mengangkat Indonesia di kancah internasional. Namun, masih terdapat beberapa sektor dimana Indonesia masih cukup ketinggalan. Di antaranya sektor makanan halal, media rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, Indonesia masih belum menduduki lima besar di bidang-bidang tersebut.

Meski demikian, pengembangan ekonomi Islam, khususnya di sektor Industri halal, sangat memerlukan kontribusi aktif dari seluruh komponen bangsa Indonesia, lebih khusus masyarakat muslim. Hal ini penting agar Indonesia dengan peringkat lima dalam pemeringkatan industri halal global, tentu akan menjadikan Indonesia sebagai tolak ukur dan barometer negara-negara di dunia dalam pengembangan industri halal.

Untuk mewujudkan hal tersebut, pada tahun 2020, Pemerintah menjadikan pengembangan industri halal sebagai sektor prioritas melalui *Master Plan* Komite Nasional Keuangan Syariah 2019. Peningkatan industri halal ini diprediksi juga akan mendorong pertumbuhan keuangan syariah nasional.

Karena dengan jumlah belanja masyarakat Indonesia yang mencapai 218,8 miliar dollar AS pada 2017 (DinarStandard, 2018), Indonesia telah merepresentasikan pasar industri halal terbesar di dunia. Jumlah tersebut juga diprediksi akan terus mengalami peningkatan tiap tahunnya.

Sebagai upaya untuk merealisasikan program pengembangan industri halal, masyarakat muslim Indonesia saat ini sedang mengkampanyekan halal sebagai *life style*, mulai dari kalangan mahasiswa (Afriyansyah & Kusmiadi, 2017), hingga pada unsur masyarakat secara umum. Hal tersebut sebagaimana disampaikan dalam Rapat Kerja Nasional Majelis Ulama Indonesia (Rakernas MUI) V Tahun 2019 di Lombok, NTB. Salah satu agenda yang disampaikan adalah menjadikan halal sebagai *life style*, dengan semboyan *Halal is My Style* (Hafidhuddin, 2019).

Halal dalam gaya hidup tentu bermakna luas dan mencakup semua bidang kehidupan. Dan tentu harus dimulai dari hal terkecil, seperti mengkonsumsi makanan yang halal (Ali, 2016). Selain itu juga mencakup hal lain seperti membeli pakaian yang halal sesuai syariat, hingga bagaimana harta yang dimiliki tidak habis dibelanjakan, melainkan disisihkan untuk berdonasi kepada orang lain baik dalam bentuk zakat, infak, sedekah, ataupun wakaf. Pola hidup halal seperti itu tentu akan berdampak pada peningkatan konsumsi halal, juga berdampak positif pada peningkatan produksi halal. Dalam tataran yang lebih makro, kondisi tersebut juga akan mendorong lembaga keuangan syariah, baik bank maupun non bank, untuk hadir dalam mengembangkan gaya hidup halal di masyarakat.

Peningkatan jumlah konsumsi halal baik di level nasional maupun global, mengindikasikan peningkatan minat masyarakat terhadap konsumsi halal. Beberapa faktor seperti label halal dan *islamic branding* berpengaruh terhadap peningkatan minat masyarakat dalam

membeli produk halal (Hidayat & Resticha, 2019; Octaviani & Puspita, 2021). Secara bertahap, konsumsi dan penggunaan produk halal menjadi sebuah gaya hidup yang dijalani masyarakat, karena halal tidak hanya murni soal agama, tapi juga menyangkut aspek bisnis dan perdagangan (Nurhasah et al., 2018). Pola ini akan menjadikan gaya hidup halal semakin berkembang di masyarakat, seiring dengan pertumbuhan industri halal yang terus digalakkan oleh Pemerintah.

Implementasi gaya hidup halal diawali dari upaya membangun kesadaran dan pengetahuan akan kehalalan produk yang dikonsumsi, melalui berbagai kegiatan sosialisasi dan edukasi di berbagai media (Khasanah, 2020). Aspek halal dikenalkan mulai dari produk makanan dan minuman, kosmetik, obat, rekreasi dan wisata, hingga jasa keuangan dan perbankan. Untuk optimalisasi implementasi hal tersebut, diperlukan adanya dukungan dari berbagai pihak, baik dari regulator, akademisi, maupun masyarakat sendiri.

Pola dan gaya hidup halal merupakan karakteristik khas yang dimiliki konsumen muslim. Hal tersebut diaplikasikan dalam menjaga dan memperhatikan aspek halal dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Sehingga setiap barang yang dikonsumsi, merupakan barang yang halal secara zat maupun secara mekanisme perolehannya. Hal ini yang menjadi rambu bagi konsumen muslim dalam menentukan barang dan produk yang akan dikonsumsi. Untuk menjaga dan menaati rambu kehalalan tersebut, diperlukan adanya suatu tatanan sistem yang mendukung penerapan aturan dan ketentuan halal dalam menerapkan pola dan gaya hidup, khususnya dalam berkonsumsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2014) menjelaskan bahwa terdapat beberapa batasan yang harus dipatuhi oleh konsumen muslim, diantaranya prinsip halal dan baik dan prinsip syukur (Sari, 2014). Pola konsumsi islami telah diimplementasikan oleh masyarakat, mulai dari tingkat pelajar dan mahasiswa (Putriani & Shofawati, 2015).

Bahkan dalam penelitian lainnya ditemukan bahwa label halal dalam kemasan makanan merupakan salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian produk bagi sebagian besar konsumen rumah tangga (Rizka et al., 2018). Beberapa penelitian terdahulu telah menjabarkan pola konsumsi islami, namun belum dilakukan kajian pada implementasi konsumsi halal sebagai gaya hidup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola konsumsi islami yang diaktualisasikan dalam implementasi gaya hidup halal. Pola tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemangku kebijakan dalam memberikan kebijakan, serta mendorong pertumbuhan dan peningkatan gaya hidup halal di masyarakat, khususnya dalam aktivitas konsumsi.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang dihimpun dari berbagai literatur yang relevan. Teknik dokumentasi digunakan dalam menghimpun data sekunder dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Berbagai temuan data dan informasi yang terhimpun, dilakukan analisis dan sintesis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Implementasi Gaya Hidup Halal

Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupan secara umum dan global. Gaya hidup juga dapat dimaknai sebagai satu set sikap, tabiat atau harta benda yang berkaitan dengan seseorang atau kumpulan beberapa orang yang memberikan corak kekhasan atas tingkah laku aktivitas dan kegiatan (Nur et al., n.d.). Hal ini berarti bahwa gaya hidup merupakan gambaran cara seseorang atau sekelompok manusia dalam menjalani kehidupannya, yang tercermin dari

apa yang dilakukan, perilaku, dan nilai yang diyakininya.

Di dalam Islam, gaya hidup yang mengadopsi dan mengimplementasikan nilai-nilai Islam dikenal sebagai gaya hidup halal (Nur et al., n.d.). Hal ini berarti bahwa setiap aktivitas dan kegiatan yang dilakukan diilhami dan didasari atas nilai-nilai dan norma Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Sehingga dapat dipahami bahwa gaya hidup halal merupakan gaya hidup mencerminkan suatu set sikap dan perilaku dengan mengimplementasikan nilai Islam dalam setiap aktivitasnya, baik aktivitas sosial, ekonomi, budaya, dan lainnya.

Istilah halal banyak dipahami dengan hanya terpaku pada sektor makanan dan minuman seperti daging dan minuman non-alkohol. Kata halal dan haram merupakan istilah Al-Qur'an dan ini digunakan dalam berbagai tempat dengan konsep berbeda, dan sebagiannya berkaitan dengan makanan dan minuman (Ali, 2016). Namun, apabila istilah halal itu dikaitkan dengan selain makanan dan minuman, terminologi yang digunakan adalah gaya hidup. Makna kata halal secara agregat mencakup segala hal yang berhubungan dengan kehidupan dan gaya hidup manusia. Pada dasarnya, halal mengacu pada hal-hal atau tindakan yang sesuai dengan syariah. Dalam kata lain, konsep halal dapat memberi bimbingan kepada umat muslim dalam menentukan produk atau layanan mana yang memenuhi hukum dan norma Islam (Adinugraha et al., 2019).

Pada hakekatnya menjadi manusia yang "sadar halal" dan "cerdas halal" merupakan batu loncatan menuju pilihan gaya hidup yang optimal dan ramah. Gaya hidup mengacu pada cara hidup sehari-hari seseorang yang menggabungkan prinsip-prinsip, nilai-nilai dan standar hidup yang berbeda yang biasa ia amalkan. Fakta kehidupan bahwa keadaan, budaya, dan kondisi kehidupan sering menentukan jenis gaya hidup yang ia adopsi untuk dirinya. Sedangkan *halal lifestyle* menjadi kebiasaan seseorang dalam kehidupan sehari-harinya

untuk mengkonsumsi, memanfaatkan dan menggunakan barang/jasa yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai serta prinsip-prinsip agama Islam.

Populasi penduduk muslim saat ini terus mengalami peningkatan. Tercatat jumlah populasi Muslim tersebar di banyak negara, bahkan terdapat sedikitnya 56 negara mayoritas Muslim dengan PDB \$6,7 triliun. Secara keseluruhan potensi konsumen muslim dapat dilihat dari aspek pengeluaran global konsumen Muslim pada sektor makanan dan gaya hidup (*lifestyle*) diperkirakan akan mencapai \$3,7 triliun pada tahun 2019. Jumlah ini menunjukkan pasar inti potensial untuk sektor makanan. Saat ini, Indonesia mengalami perubahan tren gaya hidup, dimana saat ini, *halal lifestyle* sedang menjadi trend gaya hidup, yang terdiri dari sektor makanan halal, keuangan syariah, perjalanan halal, pakaian atau busana halal, media dan rekreasi halal, obat-obatan halal, kosmetik halal dan perawatan medis (rumah sakit) halal (Adinugraha et al., 2019). Fenomena ini tentu menjadi perhatian besar, karena potensi tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia secara nasional, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim.

Dalam prakteknya, gaya hidup halal merupakan gaya hidup dengan mempraktekkan dan mengaplikasikan nilai-nilai syariah Islam dalam keseharian hidup. Nilai-nilai Islam yang diimplementasikan dalam setiap aktivitas keseharian manusia dalam menjalani kehidupannya. Sehingga dalam keseharian hidup manusia, nilai-nilai dan ajaran Islam akan menjadi way of life. Dengan kata lain, masyarakat muslim Indonesia akan mulai memilih-milih dalam melakukan aktivitasnya, tak terkecuali aktivitas ekonomi. Oleh karenanya, pasar harus merespon apa yang diinginkan dan diharapkan masyarakat sebagai konsumen. Dalam hal penerapannya, Indonesia telah memiliki banyak infrastruktur yang mendukung implementasi gaya hidup halal, diantaranya dengan adanya beberapa lembaga seperti LPPOM MUI, BPJPH,

Kementerian Agama, Kementerian Pertanian, serta dengan berbagai kerja sama dengan berbagai instansi dan lembaga (Afriyansyah & Kusmiadi, 2017).

Dalam hal tersebut, pasar global harus menanggapi apa-apa yang menjadi kebutuhan masyarakat, preferensinya, serta orientasi pasar yang khas dengan nilai dan perdagangan ekonomi. Pengembangan pasar halal di segala sektor, mulai dari makanan dan minuman, obat-obatan dan kosmetik, keuangan, media dan komunikasi, fashion dan pakaian, dan perjalanan, pariwisata, dan rekreasi menawarkan peluang yang sangat besar untuk mendukung pertumbuhan di wilayah atau negara meskipun pertumbuhan ekonomi global rendah. Karena sangat disadari bahwa pengeluaran Muslim untuk sektor-sektor tersebut telah semakin meningkat di masa depan karena beberapa pendorong utama sebagai pertumbuhan demografi, pertumbuhan ekonomi Islam, gaya hidup dan praktik bisnis dan fokusnya pada orientasi implementasi paradigma halal (Adinugraha et al., 2019).

Di sisi lain, konsep halal yang digaungkan pada hakikatnya tidak menjadi kepentingan umat muslim semata. Mengingat target dan hikmah di balik penerapan halal tersebut adalah maslahat. Sedangkan maslahat bersifat universal dan berlaku baik dan positif tidak hanya bagi umat muslim, tapi juga umat non muslim. Lebih lanjut Adinugraha & Sartika (2019) menjelaskan bahwa perspektif halal tidak hanya terbatas pada nilai syariat Islam, tapi juga mencakup nilai universal lainnya seperti kebersihan, keselamatan, dan kesehatan. Dengan demikian konsep halal yang diterapkan tidak hanya dirasakan dampaknya bagi umat muslim, tapi juga non-muslim.

### **Konsepsi Makna dan Tujuan Konsumsi Islami**

Di dalam konsep ekonomi Islam, kepuasan bagi seorang konsumen sangatlah bergantung pada nilai-nilai agama yang diimplementasikan dalam setiap aktivitas konsumsinya. Hal tersebut tercermin dari uang yang dibelanjakan untuk memenuhi

kebutuhannya dalam bentuk konsumsi. Sementara dalam perspektif ekonomi, kepuasan seorang konsumen akan dapat dicapai dan dimaksimalkan selama kemampuan finansialnya dimiliki. Dalam hal ini, konsumen memiliki alternatif pilihan yang dapat memenuhi kepuasan mereka. Sehingga kepuasan menjadi hal penting dan utama untuk dipenuhi menurut konsep ini (Ilyas, 2016).

Secara khusus, konsumsi di dalam Islam diarahkan kepada keseimbangan pada dua hal. Dimana konsumsi dilakukan dengan melakukan pembelanjaan harta dalam rangka memenuhi kebutuhan lahirnya (duniawi) dan keluarga. Di samping itu, pembelanjaan harta juga dilakukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan bathiniyah (ukhrawi) (Jalaluddin & Khoerulloh, 2020). Dengan demikian, konsumsi yang dilakukan oleh seorang konsumen muslim tidak hanya menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan di dunia semata, namun juga memperhatikan pemenuhan kebutuhan yang bersifat bathiniyah untuk mencapai kepuasan batin dan menggapai kesejahteraan ukhrawi (Arief, 2012).

Berdasarkan beberapa penjabaran makna dan pengertian konsumsi, dapat disimpulkan bahwa konsumsi dalam Islam merupakan aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Aktivitas pemenuhan kebutuhan tersebut dilakukan dengan mengimplementasikan batasan-batasan yang telah digariskan Islam dalam berkonsumsi, yang berorientasi pada kepuasan dan kesejahteraan duniawi dan ukhrawi. Karenanya, konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang rutin dijalani oleh setiap manusia yang tidak dapat dihindari.

Secara harfiah halal merupakan istilah dari bahasa Arab yang diartikan sebagai kondisi yang menunjukkan bahwa sesuatu terbebas dari unsur yang diharamkan dan dibolehkan untuk dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh konsumen muslim menurut syariah (Fadahuni & Kargwell, 2015). Atas dasar pengertian tersebut, dalam mengkonsumsi suatu barang, diperlukan

adanya pengetahuan dan pemahaman terkait aspek kandungan yang ada. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pemberlakuan sertifikasi halal atas suatu produk makanan. Sehingga dapat diketahui apakah makanan tersebut baik dan layak untuk dikonsumsi atau tidak, halal atau haram. Dengan mengkonsumsi makanan yang halal, maka setiap konsumen akan mendapat nilai guna dan manfaat dari barang tersebut, yang akan memberikan maslahat bagi dirinya.

### **Implementasi Pola Konsumsi Islami sebagai Gaya Hidup Halal**

Sebagai makhluk, manusia tidak dapat menghindari aktivitas konsumsi. Konsumsi diperlukan oleh setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Kendati demikian, Islam telah mengajarkan nilai-nilai tertentu dalam mengkonsumsi. Hal ini menjadi setiap konsumen muslim dapat menjalankan aktivitas konsumsi sesuai dengan tuntunan syariah dan tidak mengarah kepada perilaku-perilaku negatif, seperti boros, berlebih-lebihan, tamak, serakah, atau sikap negatif lainnya. Selain itu, Islam memberikan rambu-rambu dalam mengkonsumsi dengan mendorong setiap muslim membayar zakat, infak, sedekah serta mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas (Alkautsar & Hapsari, 2014).

#### **1. Membangun Kesadaran Halal**

Kesadaran akan barang dan konsumsi halal merupakan hal pertama dalam membangun pola dan gaya hidup halal. Gaya hidup halal dibangun dengan menumbuhkan kesadaran akan makna halal pada barang atau makanan yang dikonsumsi. Selain itu, halal juga diimplementasikan dalam bertransaksi dengan pihak lain. Sehingga setiap transaksi yang dilakukan terbebas dari unsur-unsur yang diharamkan seperti *maysir*, *gharar*, dan *riba*.

Kesadaran akan barang dan makanan halal juga dibangun dari kesadaran akan pentingnya mengkonsumsi barang halal. Urgensi tersebut tercermin dari manfaat dan maslahat yang diperoleh dari aktivitas

mengkonsumsi barang atau makanan halal. Dengan kesadaran dan pengetahuan yang baik terkait barang dan makanan halal, serta urgensinya, masyarakat akan menjadikan aspek halal sebagai dasar pertimbangan dan pilihan dalam mengkonsumsi. Hal ini selanjutnya menjadi landasan hidup yang akan terus berkembang sebagai gaya hidup halal.

#### **2. Prinsip Halal dan *Thayyib***

Islam mengajarkan bahwa makanan yang dikonsumsi haruslah mengandung unsur halal dan juga *thoyyib*. Landasan untuk mengkonsumsi atas barang halal dan *thoyyib* termaktub dalam QS Al Baqarah [2]: 168, yang artinya:

*Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*

Selain ayat tersebut, Allah swt. juga menekankan hal yang sama di dalam QS Al Maidah [5]: 87 dan 88, yang artinya:

*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*

*Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.*

Halal dimaknai sebagai makanan yang dibolehkan untuk dikonsumsi secara syariah. Sedangkan *thoyyib* berarti makanan yang memenuhi standar kualitas gizi, serta jaminan akan kesehatan dan keamanan (Aghwan, 2019). Standar ini menjadi acuan bagi setiap muslim sebagai konsumen, untuk memilih makanan yang akan dikonsumsi. Jaminan akan halal dan *thoyyib* dalam sebuah

makanan dilakukan dengan memperhatikan proses produksi yang higienis dan keamanan kandungan makanan untuk dikonsumsi (Raheem & Demirci, 2018).

### 3. Larangan *Tabzir* dan *Israf*

Dalam melakukan konsumsi Islam memberikan batasan-batasan yang menjadi rambu bagi setiap konsumen. Batasan tersebut merupakan perilaku konsumsi yang harus dijaga dan ditaati oleh konsumen muslim. Seperti hal bersikap hemat dan tidak berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi. Sikap tersebut dijaga dan dijalankan dalam setiap aktivitasnya sehingga menjadi pola dan gaya hidupnya sehari-hari.

Dalam masyarakat Indonesia, perilaku konsumtif merupakan kebiasaan yang umum dimiliki. Kondisi ini menjadikan masyarakat Indonesia lebih banyak menghabiskan sebagian besar penghasilannya untuk konsumsi. Islam memberikan solusi dengan mengajarkan perilaku konsumsi yang seimbang. Keseimbangan dalam mengkonsumsi diimplementasikan dengan menghindari perilaku *tabzir* (boros) dan *israf* (berlebih-lebihan). Sehingga konsumsi dalam Islam menekankan kemaslahatan bagi individu dan juga maslahat bagi masyarakat (Sitepu, 2017). Larangan bersikap boros ditegaskan di dalam QS Al-Isra [17]: 26, yang artinya:

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

Al-Qur'an dengan tegas melarang umat Islam untuk menghamburkan hartanya dan berlaku boros (*tabzir*). Perilaku *tabzir* dimaknai sebagai kegiatan membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak benar (Sugianto, 2020). Hal ini dipahami bahwa bagi seorang muslim hendaknya membelanjakan hartanya pada sesuatu yang dibenarkan secara syariah. Sehingga aktivitas konsumsi yang dilakukan akan dapat memberikan maslahat bagi dirinya maupun bagi orang lain yang memanfaatkan sesuatu yang

dikonsumsinya.

Pola membelanjakan harta yang sesuai kebutuhan dan pembelanjaan pada hal-hal yang benar sesuai syariah, merupakan manifestasi gaya hidup yang sesuai dengan nilai syariah. Inilah gaya hidup halal yang diaplikasikan oleh seorang muslim dalam mengkonsumsi.

### 4. Keseimbangan Konsumsi dan Berdonasi

Aktivitas dan kegiatan konsumsi memiliki kaitan erat dengan pengelolaan dan perencanaan keuangan. Sikap dan perilaku seorang konsumen dalam mengkonsumsi akan berdampak pada pola pengelolaan dan perencanaan keuangan yang dijalani. Perencanaan keuangan merupakan proses yang dijalani seseorang dalam mencapai tujuan-tujuan finansialnya yang dilakukan dengan pengembangan rencana keuangan yang jelas dan terstruktur. Perencanaan keuangan yang baik dapat mendorong kepada pemanfaatan dana yang optimal dan terhindar dari kesulitan finansial di kemudian hari (Sobaya et al., 2016).

Islam telah mengajarkan standar dan batasan dalam mengkonsumsi. Hal ini menjadi acuan dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan bagi seorang konsumen muslim. Dengan kata lain, seorang muslim sebagai konsumen, telah merencanakan alokasi harta yang dimiliki tidak hanya kepada konsumsi tapi juga kepada instrumen distribusi harta, seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Hal ini merupakan manifestasi perilaku konsumsi Islami dengan menyisihkan sebagian harta yang dimiliki untuk berdonasi.

Kepemilikan harta yang dipegang oleh seorang muslim sejatinya terdapat hak orang lain atas harta tersebut. Dalam hal ini, Al-Qur'an secara eksplisit telah menyebutkan dalam QS Adz-Dzariyat [51]: 19, yang artinya:

*Pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta.*

Dalam konteks kepemilikan, Islam menegaskan bahwa terdapat hak orang lain pada harta yang dikuasai seorang muslim. Ia

berkewajiban untuk mengeluarkan bagian dari harta tersebut dengan memberikan kepada mereka yang berhak. Bentuk pemberian harta tersebut dilakukan dalam bentuk pemberian wajib seperti zakat maupun pemberian sunnah seperti infak, sedekah, dan wakaf.

Islam memiliki konsep yang khas dalam memaknai kepemilikan. Kepemilikan dijabarkan memiliki dua fungsi, pertama fungsi kepemilikan sosial yang direpresentasikan dalam kegiatan zakat dan sedekah. Kedua, kepemilikan memiliki fungsi individu yang dimanifestasikan dalam pemanfaatan harta untuk individu, baik berupa konsumsi, tabungan, ataupun investasi (Nurlaelawati, 2010).

Rambu dan norma Islam terkait kepemilikan dalam harta tersebut, menjadikan perilaku seorang konsumen muslim tidak akan menghabiskan seluruh hartanya untuk keperluan konsumsi pribadi, meskipun diakui bahwa konsumsi atas makanan dan minuman menjadi kebutuhan hidup bagi tiap individu. Namun, hal tersebut tidak bertolak belakang atas ajaran Islam untuk berbagi dan mendistribusikan harta kepada orang lain. Hal ini justru mendukung konsep konsumsi. Sehingga setiap individu, baik dari yang kaya dan miskin akan tetap melakukan konsumsi dengan adanya pola distribusi harta yang berkeadilan.

Implementasi keseimbangan antara konsumsi dan donasi dalam kehidupan bermasyarakat merupakan bentuk ketaatan kepada nilai-nilai syariah. Sehingga aktualisasi nilai syariah dalam bentuk konsumsi dan berdonasi dalam keseharian, menjadikan aktivitas tersebut sebagai gaya hidup halal. Suatu pola dan tatanan serta tren keseharian yang menjadikan nilai dan prinsip syariah sebagai pedoman dan pijakan dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Termasuk dalam hal ini adalah aktivitas konsumsi dan pengelolaan harta tetap melakukan konsumsi yang islami dan melakukan donasi kepada mereka yang berhak.

#### 4. KESIMPULAN

Konsumsi merupakan aktivitas yang tidak akan lepas dari kehidupan masyarakat. Konsumsi merupakan bagian dari gaya hidup di masyarakat yang menjadi aktivitas keseharian. Gaya hidup yang dilakukan dengan mempraktekkan nilai-nilai syariah dalam kehidupan merupakan gaya hidup halal. Pola konsumsi seorang muslim dilakukan dengan mengimplementasikan gaya hidup halal dengan memperhatikan makna dan tujuan konsumsi dalam Islam. Konsumsi tersebut dilakukan dengan memperhatikan aspek halal dan *thayyib* atas sesuatu yang akan dikonsumsi. Selain itu, seorang muslim juga diwajibkan untuk menghindari perilaku *tabzir* dan *israf*. Dalam melakukan konsumsi, seorang muslim juga dituntut untuk menjaga keseimbangan pengelolaan hartanya antara konsumsi dan aktivitas berdonasi. Sehingga aktivitas konsumsi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada duniawi namun juga ukhrawi.

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan kepada Pemerintah untuk dapat menggalakkan pengembangan industri halal, sehingga akan meningkatkan konsumsi halal di masyarakat, serta menjadikan konsumsi halal sebagai tren dan gaya hidup yang berkembang.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81.  
<https://doi.org/10.21274/an.2019.5.2.la>  
yout
- Afriyansyah, B., & Kusmiadi, R. (2017). Mengkampanyekan Halal Lifestyle Bagi Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 4(2), 1–8.
- Aghwan, Z. A. (2019). Awareness and Demand for Halal and Tayyib Meat products Supply Chain. *Proceeding of the 3rd International Seminar on Halalan Thayyiban Products and*

- Services, May.*
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306.  
<https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Alkautsar, Z., & Hapsari, M. I. (2014). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(10), 736–754.  
<https://doi.org/10.20473/vol1iss201410pp736-754>
- Arief, S. (2012). Konsumen Rasional dalam Perspektif Islam. *Islamic Economics Journal*, 1(2), 17–30.
- DinarStandard. (2018). State of the Global Islamic Economy Report 2019/20. In *DinarStandard in Partnership with Salaam Gateway*.  
<https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Fadahunsi, P. A., & Kargwell, D. S. (2015). Social Media, Consumer Behavior and Marketing Strategy: Implications of “Halal” on Islamic Marketing Operations. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 3(1).  
<https://doi.org/10.15640/jsbed.v3n1a4>
- Hafidhuddin, D. (2019). *Halal sebagai Gaya Hidup*. Republika.  
<https://republika.co.id/berita/pznuix319/halal-sebagai-gaya-hidup>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52.  
<https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Ilyas, R. (2016). Etika Konsumsi dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth*, 1(1), 152–172.  
<https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.360.347-370>
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *SSRN Electronic Journal*, 76237.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>
- Jalaluddin, & Khoerulloh, A. K. (2020). Prinsip Konsumsi dalam Islam: Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumen Muslim dan Non-Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 3(2), 148–160.
- Khasanah, M. (2020). Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary*, 5(2), 139–157.  
<https://doi.org/10.21093/at.v5i2.2116>
- Nur, S., Binti, A., Mazlan, M. B., Nur, S., Binti, A., Universiti, K., Melaka, I., Lestari, M. P., & Islam, L. (n.d.). *APLIKASI GAYA HIDUP HALAL SEBAGAI USAHA MENCAPAI THE APLICATION OF HALAL LIFESTYLE AS AN EFFORT TO ACHIEVE THE GOAL OF IMPLEMENTING SUSTAINABLE*. 128–136.
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250–260.  
<https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22473>
- Nurlaelawati, E. (2010). Zakat and the Concept of Ownership in Islam: Yusuf Qaradawi’s Perspective on Islamic Economics. *Al-Jami’ah: Journal of Islamic Studies*, 48(2), 365–385.  
<https://doi.org/10.14421/ajis.2010.482.365-385>
- Octaviani, W., & Puspita, R. E. (2021). Muslim Fashion Consumers and Purchasing Decision. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(1), 26–33.  
<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro/article/view/818>
- Putriani, Y. H., & Shofawati, A. (2015). Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(7), 570–582. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Raheem, S. F. U., & Demirci, M. N. (2018). Assuring Tayyib from a Food Safety Perspective in Halal Food Sector: A Conceptual Framework. *MOJ Food Processing & Technology*, 6(2), 170–179. <https://doi.org/10.15406/mojfpt.2018.06.00161>
- Rizka, S. K., Purnamadewi, Y. L., & Hasanah, N. (2018). Produk Roti dalam Pola Konsumsi Pangan dan Keberadaan Label Halal dalam Keputusan Konsumsi Masyarakat (Kasus: Kota Bogor). *Al-Muzara'ah*, 6(1), 15–27. <https://doi.org/10.29244/jam.6.1.15-27>
- Sari, W. (2014). Produksi, Distribusi, Dan Konsumsi Dalam Islam. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 1–34. <https://doi.org/10.32678/ijei.v5i2.24>
- Sitepu, N. I. (2017). Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91–106. <https://doi.org/10.24815/jped.v2i1.6650>
- Sobaya, S., Hidayanto, M. F., & Safitri, J. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Perencanaan Keuangan Pegawai di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Madania*, 20(01), 1–14.
- Sugianto, E. (2020). Distribusi Ekonomi Islam dalam Perspektif Pendidikan QS. Al-Isra' Ayat 29-30. *Taushiyah*, 15(1), 72–84.