

KRITIK AL-QUR'AN TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME MASYARAKAT MODERN

Putri Krisdiana
Alumni Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
putrikrisdiana19@gmail.com.

Abstrak

Kertas kerja ini menjelaskan tentang kritik Al-Quran terhadap budaya konsumerisme yang berkembang di tengah masyarakat modern. Penelitian ini mengkaji tentang permasalahan utama bagaimana Al-Qur'an berdialektika dengan budaya postmodern ini. Penulis menggunakan jenis penelitian studi pustaka dengan memanfaatkan beberapa buku, jurnal dan karya ilmiah lain sebagai bahan utama dalam penelitian ini. Setelah melakukan serangkaian proses, penulis menemukan bahwa Budaya konsumerisme masyarakat modern mendapat kritik dari Al-Qur'an dalam beberapa hal: *pertama*, memaksakan diri untuk membeli suatu barang. Hal ini tidak jarang mengakibatkan konflik antar individu bahkan antar keluarga dan inilah yang mendapat kritik dari Q.S. Al-Maidah ayat 88. *Kedua*, mengikuti *life style* secara berlebihan. Hal ini mendapat kritik dari Q.S. Al-A'raf 31. *Ketiga*, membeli minumas keras. Trend ini dapat kita amati pada anak muda saat ini yang menjadikan mabuk-mabukan sebagai tanda bahwa mereka tidak ketinggalan zaman. Budaya ini juga dikritik oleh Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 219. *Keempat*, mengikuti trend dan boros konsumtif. Budaya ini juga mendapat kritikan dari Al-Qur'an surat Al-Isra'ayat 29. *Kelima*, pamer barang mahal. Dari sekian data, kita mendapati bahwa budaya konsumerisme banyak berujung kepada pamer barang mahal. Sikap pamer ini mendapat kritik dari Al-Qur'an surat Q.S. Al-Isra'ayat 37.

Kata Kunci: Ekonomi, Konsumerisme dan Kritik

Abstract

This paper describes the criticism of the Koran against the consumerism culture that develops in modern society. This study examines the main problem of how the Qur'an has a dialectic with this postmodern culture. The author uses this type of literature study by utilizing several books, journals and other scientific works as the main material in this research. After carrying out a series of processes, the author finds that the consumerism culture of modern society is criticized by the Qur'an in several ways: first, forcing oneself to buy an item. This often results in conflicts between individuals and even between families and this is what has been criticized by Q.S. Al-Maidah verse 88. Second, follow a life style excessively. This was criticized by Q.S. Al-A'raf 31. Third, buying liquor. We can observe this trend in today's young people who take drunkenness as a sign that they are not out of date. This culture is also criticized by the Qur'an Surah Al-Baqarah verse 219. Fourth, following the trend and wasteful consumption. This culture has also received criticism from the Qur'an, Surah Al-Isra' verse 29. Fifth, showing off expensive goods. From all the data, we find that the culture of consumerism often leads to showing off expensive goods. This attitude of showing off has been criticized by the Qur'an, Surah Q.S. Al-Isra' verse 37.

Keywords: Economics, Consumerism and Criticism

PENDAHULUAN

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi diartikan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi. Konsumsi haruslah dianggap sebagai maksud serta tujuan yang esensial dari produksi. Atau dengan kata lain produksi merupakan alat bagi konsumsi.¹ Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi

¹ Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi, (Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm.163

kebutuhannya dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan yang berakibat mengurangi ataupun menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa.²

Budaya konsumsi berlebih atau konsumerisme, pada masa sekarang telah menjadi ideologi baru. Ideologi tersebut secara aktif memberi makna tentang hidup melalui mengkonsumsi material. Bahkan ideologi tersebut mendasari rasionalitas masyarakat kita sekarang, sehingga segala sesuatu yang dipikirkan atau dilakukan diukur dengan perhitungan material. Ideologi tersebut jugalah yang membuat orang tidak lelah bekerja keras mengumpulkan modal untuk bisa melakukan konsumsi.³ Ideologi konsumerisme, pada realitasnya sekarang telah menyusupi hampir pada segala aspek kehidupan masyarakat, mulai dari aspek politik sampai ke sosial budaya. Konsumerisme terkenal bersifat korosif dalam kehidupan politik dan bahkan menjadi suatu perombak pendeformasi kesadaran manusia. Konsumerisme dalam hal ini dipandang sebagai suatu proses dehumanisasi dan depolitisasi manusia karena para warga negara yang aktif dan kritis telah banyak yang berubah menjadi konsumen yang sangat sibuk dan kritikus atau peneliti pasif.

Ideologi konsumerisme, pada realitasnya sekarang telah menyusupi hampir pada segala aspek kehidupan masyarakat, mulai dari aspek politik sampai ke sosial budaya. Konsumerisme terkenal bersifat korosif dalam kehidupan politik dan bahkan menjadi suatu perombak pendeformasi kesadaran manusia. Konsumerisme dalam hal ini dipandang sebagai suatu proses dehumanisasi dan depolitisasi manusia karena para warga negara yang aktif dan kritis telah banyak yang berubah menjadi konsumen yang sangat sibuk dan kritikus atau peneliti pasif.⁴

Kemudahan dan kecepatan akses media dalam dunia modern mengakibatkan mental konsumerisme semakin meningkat. Kondisi ini diistilahkan dengan "budaya pop" yang dikaitkan dengan konsumsi. Media telah menciptakan sesuatu yang populer dengan cara mengosumsi barang-barang komoditi. Budaya pop pada era ini merupakan budaya yang terlahir dari cara orang-orang mengonsumsi barang-barang (*mode of consumption*). Sistem kebutuhan saat ini tidak lagi ditentukan oleh kebutuhan yang sesuai dengan kebutuhan, melainkan telah diatur dan diciptakan sesuai dengan keberadaan barang-barang komoditi. Sistem masyarakat dalam konsumsi cepat sekali mengalami perubahan karena mengikuti sistem kebutuhan dan sistem fungsi-fungsi. Sehingga ikatan sosial tidak hanya terbentuk atas dasar kebutuhan barang yang dikonsumsi, tapi juga suatu keinginan dalam mengonsumsi barang tersebut. Intinya suatu konsumsi barang dan jasa bukan lagi bersifat kebutuhan melainkan keinginan dari setiap individu yang terhanyut kedalam dunia konsumerisme yang diciptakan oleh media.⁵

Budaya konsumerisme yang dikaitkan dengan status sosial tentu saja bertentangan dengan semangat Al-Qur'an yang secara umum mengusung konsep kesetaraan. Dalam Al-Qur'an, derajat manusia tidak ditentukan oleh sikap konsumerisasi seseorang, melainkan ketaatannya dalam melaksanakan perintah agama. Pada tahap inilah, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang sindiran ayat-ayat Al-Qur'an tentang sikap konsumerisasi masyarakat modern.

Kertas kerja ini tidak dapat dianggap baru sama sekali, telah banyak peneliti-peneliti sebelumnya yang mengangkat tema yang serupa. Bahkan sebagian dari karya mereka juga mengilhami dan menjadi referensi dalam karya ini. Beberapa karya tersebut adalah tulisan Rina Octaviana yang berjudul Konsumerisme Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse yang

² W. Gregory Mankiw, Makro Ekonomi, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), hlm 59

³ Peter N. Stearns. *Consumerism in World History: the global Transformation of Desire*. (New York: Routledge, 2003), hlm 10

⁴ Peter N. Stearns. *Consumerism in World History ...*, 11

⁵ Rina Octaviana, "Konsumerisme Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse" dalam *JAQFI: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, Vol. 5, No. 1, 2020, 123

diterbitkan pada tahun 2020. Tulisan Indra Setia Bakti dan Nirzalin Alwi yang berjudul Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard yang diterbitkan tahun 2019, tulisan Eddy Rohayedi dan Maulina yang berjudul Konsumerisme Dalam Perspektif Islam yang diterbitkan pada tahun 2020.

Dari ketiga tulisan tersebut, pembahasan serta metodologi yang digunakan dalam tulisan ini sedikit banyak mengalami perbedaan. Tulisan Rina lebih difokuskan mengkaji konsumersime menggunakan studi tokoh yaitu Herbert Marcuse, sedangkan kertas kerja ini menggunakan perspektif ayat-ayat Al-Qur'an. Sedangkan tulisan Indra dan Alwi mengkaji konsumersime dari perspektif Jean Baudrillard, metode yang digunakan hamper sama dengan yang digunakan Rina. Sedangkan tulisan Eddy dan Maulina membahas secara umum tentang budaya konsumerisme dari sudut pandang Islam yang diambil dari Al-Qur'an, hadis dan pernyataan dari para cendikiawan Muslim. Sedangkan kertas kerja ini hanya mengambil dari ayat-ayat Al-Qur'an sebagai bahan primer, sedangkan hadis dan pernyataan cendikiawan Muslim dijadikan sebagai sumber sekunder.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat lampau. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas social dan lain-lain. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen atau teks, yang merupakan kajian dari bahan dokumenter tertulis berupa buku teks, surat kabar online, naskah, artikel dan sejenisnya. Prosesnya adalah dokumen atau teks tersebut dianalisis, diinterpretasikan, digali untuk menentukan pencapaian pemahaman terhadap topik tertentu dari bahan tersebut, yang kemudian dikaitkan dan dituangkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengertian Konsumerisme: Selayang Pandang

"Konsumerisme" perlu dibedakan dari "konsumsi". Sejarah manusia menunjukkan dengan sejarah konsumsinya (dan produksi). Seperti dari tangan telanjang dan menggunakan sendok garpu dalam mengonsumsi makanan. Konsumsi berkaitan dengan pemakaian barang/jasa untuk hidup layak berdasarkan konteks sosio ekonomis kultural tertentu. Ia menyangkut kelayakan yang survive. Sedangkan konsumerisme lebih merupakan sebagai sebuah ideologi global baru. Konsumerisme merupakan paham atau aliran atau ideologi di mana seseorang atau pun kelompok melakukan atau menjalankan proses konsumsi barang-barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatasnya secara sadar dan berkelanjutan.⁶

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumsi didefinisikan sebagai "pemakaian barang hasil produksi". Sebagai sebuah usaha menghabiskan nilai guna barang dan jasa, konsumsi adalah sebuah tindakan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa konsumsi juga memiliki makna sosial karena merupakan "cara menandai posisi sosial" Berkenaan dengan hal ini, konsumsi

⁶ Baudrillard, Jean P. diterjemahkan oleh Wahyunto. Masyarakat Konsumsi,(Yogyakarta: Peberbit Kreasi Wacana, 2004), hlm. 12

kadang kala bisa menjadi tindakan sosial, tidak melulu sebagai tindakan individual. Dari pengertian ini, kita dapat melihat bahwa konsumerisme adalah “atribut masyarakat” lebih dari sebuah tindakan mengonsumsi barang dan jasa, bahkan sering kali tindakan konsumsi yang dilakukan tidak dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini karena konsumerisme sudah menjadi “cara hidup” atau *the way of life*.

Konsumerisme dalam pengertian yang lebih luas, dapat diartikan sebagai gerakan yang memperjuangkan kedudukan yang seimbang antara konsumen. Konsumerisme merupakan ekspresi budaya dan manifestasi dari tindakan konsumsi. Pemahaman kata konsumerisme mengacu pada sebuah hidup yang dipenuhi dengan konsumsi secara berlebihan sehingga berdampak negatif. Menurut Sudjatmiko, konsumsi merupakan sebuah tindakan di mana konsumerisme merupakan sebuah cara. Konsumsi merupakan sebuah manifestasi, sedangkan konsumerisme lebih kepada motivasi seseorang dalam melakukan proses konsumsi.⁷

Esensi konsumerisme adalah sebuah prinsip bahwa konsumsi sebagai tujuan itu sendiri dan memiliki pembedannya sendiri. Internalisasi struktur konsumerisme dapat menjelma menjadi habitus atau kesadaran praktis dalam diri seseorang yang dimanifestasikan melalui kegiatan belanja dan gaya hidup konsumtif.⁸ Sejumlah pengertian ini mengindikasikan bahwa praktik konsumsi tidak hanya berkaitan dengan keinginan untuk memiliki suatu hasil produksi. Lebih dari itu, konsumerisme merupakan tanda status sosial; semakin mewah barang yang digunakan, maka status sosial juga akan meningkat. Hal ini tentu saja akan mengganggu etika sosial yang menjadi identitas masyarakat modern di Indonesia.

Berbeda dengan masyarakat tradisional di mana orang-orang mengonsumsi sesuatu karena digunakan untuk kebutuhan dan kelangsungan hidupnya, di era masyarakat kapitalisme, masyarakat mengonsumsi sesuatu umumnya lebih didorong faktor yang irasional, kebutuhan yang lebih didasari gengsi, dan bukan bagian dari kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dalam masyarakat tradisional, masyarakat membeli barang pada umumnya sesuai dengan kebutuhan. Tetapi, dalam masyarakat post industrial, seseorang dalam membeli barang umumnya tidak cukup satu, dua atau tiga buah sesuai kebutuhan, melainkan acap kali tidak terhitung tergantung pada ada tidaknya produk baru yang ditawarkan pasar. Bukan hal yang aneh jika masyarakat post industri seseorang membeli sepatu, baju, handphone, dan lainlain sesuai dengan perkembangan mode terbaru yang muncul di pasaran.⁹

Dalam munculnya konsumerisme dan gaya hidup yang menjadi motor penggerak yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumen cenderung membeli di tempat modern seperti Mall, Supermarket serta pengaruh media massa terhadap keputusan pembelian bagi masyarakat kota. pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Secara operasional indikator perilaku konsumtif salah satunya adalah

1. Membeli produk karena hadiahnya (diskon)
2. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
3. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya).
4. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

⁷ Haryanto Sudjatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*, (Yogyakarta: penerbit Jalasutra, 2008), hlm. 29

⁸ Indra Setia Bakti, Nirzalin, Alwi, “Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard” dalam *Jurnal Sosiologi USK*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2019, 148

⁹ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme* (Jakarta: Penerbit KENCANA Prenada Media Group, 2013), hlm 107

5. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. (pengaruh media massa)
6. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.¹⁰

Di era sekarang, masyarakat berbelanja bukan lagi karena suatu kebutuhan. Manusia berbelanja bukan karena nilai ataupun kemanfaatannya. Bukan juga karena ia didesak oleh kebutuhan ataupun hajat hidupnya. Ia berbelanja karena gaya hidup (life style), demi citra yang diarahkandan dibentuk oleh cara berfikir masyarakat konsumen yang acap kali telah terhegemoni oleh pengaruh iklan dan mode lewat iklan televisi. Tayangan infotainment, majalah fashion, gaya hidup selebritis, dan berbagai bentuk industri budaya populer lainnya. Tanpa disadari masyarakat oleh berbagai media dan cara, diarahkan dan dimobilisir mengkonsumsi sesuatu yang sesungguhnya tidak selamanya ia butuhkan.

Budaya konsumerisme di era masyarakat post-modern boleh dikatakan merupakan jantung dari kapitalisme, yaitu sebuah budaya yang didalamnya berbagai bentuk dusta, halusinasi, mimpi, kesemuan, artifisialitas, pendangkalan, kemasan wujud komoditas, melalui strategi hipersemiotika dan imagologi, yang kemudian dikonstruksi secara sosial melalui komunikasi ekonomi (iklan, show, media, dan sebagainya) sebagai kekuatan tanda (*semiotic power*) kapitalisme, sehingga pada akhirnya kesadaran diri (*self consciousness*) yang sesungguhnya adalah palsu.¹¹

Ayat-Ayat Konsumsi dalam Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an disebutkan beberapa etika konsumsi yang harus dipatuhi oleh masyarakat Muslim-Modern. Beberapa diantara etika tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengonsumsi makanan yang halal dan baik

Dalam kegiatan ekonomi, lebih tepatnya kegiatan mengkonsumsi seorang muslim haruslah mengkonsumsi produk yang sesuai dengan ajaran Islam yakni terdapat kehalalan serta tidak terdapat unsur haram sebagaimana al-Quran menyatakan dalam Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

2. Tidak melampaui batas

Melampaui batas atau dalam istilah Al-Qur'an *al-israf* juga tidak dibenarkan, sebagaimana yang terdapat dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31:

¹⁰ Ahmad Sapei, Analisis Budaya Konsumerisme Dan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang (Skripsi, Tidak Diterbitkan), 47

¹¹ Bagong Suyanto. Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat PostModernisme (Jakarta: Penerbit KENCANA, 2013) hlm 211

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

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

3. Mengedepankan asas manfaat

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

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا
أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ
الآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

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

4. Tidak boros dan tidak pula pelit terhadap diri sendiri

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

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

Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

5. Tidak menghambur-hamburkan atau *tabzir*

Adapun nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Sependapat dengan pernyataan ini, Pradja dalam ekonomi Islam hidup sederhana itu suatu nilai bertolak belakang dengan ekonomi kapitalis yang menganggap konsumerisme adalah suatu nilai. Konsumerisme identik dengan gaya hidup mewah. Gaya hidup mewah sebagai perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melalaikan dari hal hal mulia dan akhlak yang luhur. Ali Abd ArRasul dalam Rozalinda menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah merupakan

faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut.¹²

Hal tersebut mendapat kritikan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

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

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

6. Tidak menyombongkan harta

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

وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ أَبَىٰ وَاسْتَكْبَرَ وَكَانَ مِنَ الْكَافِرِينَ

Dan (ingatlah) ketika Kami berfirman kepada Para Malaikat: "Sujudlah kamu kepada Adam," Maka sujudlah mereka kecuali Iblis; ia enggan dan takabur dan adalah ia Termasuk golongan orang-orang yang kafir.

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

Kritik Terhadap Konsumerisme

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

1. Memaksakan Untuk Membeli Suatu Barang

Memaksakan untuk membeli suatu barang mendapatkan kritik dari Al-Quran surat Al-Maidah ayat 88. Surat al-maidah termasuk golongan surat Madaniyyah. Asbabun nuzul surat al-Maidah ayat 88 yaitu Ibnu Abbas mengatakan, bahwa kedua ayat ini (ayat 87-88) diturunkan sehubungan dengan seorang laki-laki yang suatu ketika datang kepada Rasulullah dan berkata, "Wahai Rasulullah, jika aku makan daging, maka syahwatku yang melonjak terhadap wanita. Oleh karena itu, aku mengharamkannya atas diriku" (H.R. Tirmidzi)

¹² Eddy Rohayedi dan Maulina, "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam" dalam *Jurnal Transformatif*, vol. 04 No. 01, 2020, 41

Buya Hamka mengungkapkan bahwa “Dan makanlah oleh dirimu segala sesuatu yang Allah SWT berikan untukmu yang halal dan thayyib”. Makanan merupakan suatu kebutuhan bagi manusia dalam menjalankan perintahnya kepada Allah SWT. Oleh karenanya, pilihlah makanan-makanan yang Allah SWT karuniakan di muka bumi ini yang halal dan thayyib. “Dan takutlah hanya kepada Allah SWT, dan kepadaNya lah engkau beriman”. Pada Ayat tersebut menyisyratkan bahwa memilih makanan halal dan thayyib selain sudah ditentukan oleh Allah SWT di dalam AlQur'an, juga memerlukan ijtihad individu untuk memilih sehingga apa yang dimakan adalah makanan halal dan thayyib untuk dikonsumsi.¹³

Dalam tafsir Ath-Thabari, ayat ini ditujukan lebih khusus kepada orang-orang mu'min bahwa, takutlah, hai orang-orang beriman, bahwa kamu akan melampaui batasbatasan dari Allah SWT, lalu kamu menghalalkan apa yang diharamkan bagimu, dan mengharamkan apa yang dibolehkan bagimu, dan waspadalah terhadap Allah agar kamu tidak mendurhakainya, maka murkanya akan turun atasmu, atau kamu akan disiksa olehnya.¹⁴ Sedangkan menurut As-Sa'di, ayat ini untuk menegaskan kepada orang beriman agar jangan seperti orang musyrik yang suka sekali menghalalkan apa yang diharamkan dan mengharamkan apa yang dibolehkan, Makanlah dari mata pencaharian yang disediakan oleh Allah bukan lewat pencurian, perampasan, atau jenis harta lain yang diambil secara tidak sah, dan selain harus halal juga harus baik, dan itu adalah yang di dalamnya tidak ada niat jahat.¹⁵

Ayat ini mengdikasikan bahwa barang yang diperoleh harus dengan jalan yang baik. Namun dari beberapa kasus yang dikemukakan oleh media masa, banyak orang yang rela melakukan aksi anarkis demi barang yang diidam-idamkan, seperti kasus anak membakar rumah orang tuanya gara-gara tidak dibelikan handpone baru.¹⁶ Atau kasus seorang pemuda yang membunuh ibu kandungnya sendiri gara-gara tidak dibelikan motor.¹⁷ Dua kasus ini telah cukup menjadi gambaran dampak negative dari budaya konsumerisme di masyarakat modern. Maka dalam kasus ini, Al-Qur'an memberikan kritik sekaligus norma-norma yang menuntun pemeluk agama Islam untuk menggunakan cara-cara yang baik dalam membeli atau mengkonsumsi barang tertentu. Sehingga pada tahap ini, Al-Qur'an mengkritik perilaku konsumtif yang didasarkan pada prilaku anormatif.

2. Mengikuti *Life Style* secara Berlebihan

Sikap ikut-ikutan dalam memilih pakaian juga tidak luput dari kritikan Al-Qur'an, seperti yang terdapat dalam Q.S. Al-A'raf 31. Dalam suatu riwayat dikemukakan, pada zaman jahiliyah ada seorang wanita yang tawaf di baitullah dengan telanjang bulat dan hanya bercawat secarik kain. Ia berteriak-teriak dengan mengatakan: “pada hari ini aku halalkan sebagian atau seluruhnya, kecuali yang kututupi ini.” Maka turunlah ayat ini (Q.S 7 alA'raf: 31) yang memerintahkan untuk berpakaian rapi apabila memasuki mesjid, dan ayat

¹³ Buya Hamka, Tafsir Al-Azhar, Jakarta: Gema Insani Press, 2015

¹⁴ Al-Thabari, Abu Ja'far Muhammad Ibn Jarir Ibn Yazid Ibn Kathir Ibn Galib . Jami'u al-Bayan fi Ta'wili al-Qur'an (Beirut: Daarul Kitab, 1412 H/1992 M)

¹⁵ As-Sa'di, Syaikh Abdurrahman bin Nashir. Taisiril Karimirrahman fi Tafsiri Kalamil Mannan. Cet. I; Baerut: Dar Ibn Hazm, 2003.

¹⁶ <https://regional.kompas.com/read/2018/05/19/14325441/viral-anak-bakar-rumah-orangtuanya-gara-gara-tak-segera-dibelian-hp?page=all> dilihat pada 20 Juli 2022

¹⁷ <https://gridmotor.motorplus-online.com/read/292885822/viral-karena-tidak-dibelian-motor-remaja-ini-nekat-bunuh-ibunya-sendiri?page=all> dilihat pada 20 Juli 2022

selanjutnya (Q.S 7 al-A'raf: 32) memberikan peringatan kepada orang-orang yang mengharamkan apa yang diharamkan oleh Allah SWT.¹⁸

Menurut tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa ayat ini merupakan bantahan terhadap kaum musyrikin yang melakukan tawaf di Baitullah sambil telanjang secara sengaja; laki-laki bertawaf pada siang hari dan perempuan pada malam hari. Maka Allah Ta'ala berfirman, "Hai anak Adam, pakailah perhiasanmu setiap kali memasuki masjid." Yang dimaksud "perhiasan" disini adalah pakaian untuk menutupi kubul dan dubur.¹⁹ Dalam tafsir al-Misbah dijelaskan Hai anak-anak Adam, pakailah pakaian kamu yang indah minimal dalam bentuk menutup aurat, karena membukanya pasti buruk. Lakukan itu di setiap memasuki dan berada di masjid, baik masjid dalam arti bangunan khusus maupun dalam pengertian yang luas, yakni persada bumi ini, dan makanlah makanan yang halal, enak, bermanfaat lagi bergizi, berdampak baik serta minumlah apa saja, yang kamu sukai selama tidak memabukkan tidak juga mengganggu kesehatan kamu dan janganlah berlebihan dalam segala hal, baik dalam beribadah dengan menambah cara atau kadarnya demikian juga dalam makan dan minum atau apa saja, karena sesungguhnya Allah tidak menyukai, yakni tidak melimpahkan rahmat dan ganjaran bagi orang-orang yang berlebih-lebihan dalam hal apapun.²⁰ Sekilas dari ayat ini, terlihat bahwa pakaian juga turut diatur dalam Al-Qur'an. Munculnya trend membeli baju dengan tidak menutup aurat yang mendapat kritikan dari ayat ini. Trend jilboobs bagi masyarakat konsumerisme merupakan titik utama atas kritikan yang diberikan ayat ini.

Fenomena Jilboobs ini, ini pun erat kaitannya dengan fenomena westernization atau penetrasi budaya barat yang masuk ke Indonesia. Sebagian besar budaya barat terobsesi pada tubuh wanita terutama pada dada dan pantat perempuan, dan ukuran merupakan aspek sangat penting. Tidak dapat dipungkiri banyak sekali artis dari negara-negara barat yang memiliki bagian-bagian tubuh itu lebih besar dibanding yang lain akan menjadi sorotan media dan tentunya akan berujung pada popularitas. Tidak sedikit pula selebriti Indonesia yang memiliki pola popularitas semacam ini. Artikel berjudul "Indonesian Women Wear Islamic Head Covering but Show Curves, so Jilbab becomes Jilboobs" yang peneliti temukan mengatakan bahwa sebelum terdapat istilah Jilboobs, sempat didahului dengan istilah "Jilbab Lepet". Jika Jilboobs lebih menyoroti bentuk baju ketat yang dikenakan para penggunanya, jilbab lepet lebih menyoroti celananya. Sebutan ini merujuk pada kata lepeut (dalam bahasa Sunda) atau lepet (dalam bahasa Jawa). Lepet merupakan salah satu kue tradisional yang terbuat dari beras ketan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan larangan berjilbab tapi tetap menggunakan pakaian tidak sopan. Wakil Ketua MUI KH Ma'ruf Amin mengungkapkan bahwa "Sudah ada fatwa MUI soal pornografi. Termasuk itu tidak boleh memperlihatkan bentuk-bentuk tubuh, pakai jilbab tapi berpakaian ketat. MUI secara tegas melarang itu,". Beliau juga menambahkan "Kalau begitu kan sebagian menutup aurat, sebagian masi memperlihatkan bentuk-bentuk yang sensual, itu yang dilarang."²¹

Penomea konsumerisme dalam pakaian ini juga perlu dilihat lebih lanjut. Pasalnya, walaupun termasuk kebutuhan primer. Membeli pakaian secara berlebihan atau

¹⁸ Qamaruddin Shaleh Dkk, *Asbabun Nuzul* (Bandung: Diponegoro, 2000), hlm. 216

¹⁹ Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 2 (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hlm. 353.

²⁰ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 75.

²¹ Fendi Rahmat Widianto & Fatma Dian Pratiwi, "Audience Adaptation Dalam Gaya Berpakaian (Studi Deskriptif Kualitatif Trend Jilboobs Pada Mahasiswi Yogyakarta) dalam *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, Vol. 08/No.02/Oktober 2015, 83

menghambur-hamburkan uang juga dilarang dalam Islam. Apalagi jika pakaian yang dibeli merupakan yang tidak menutup aurat.

3. Membeli Minumas Keras

Dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 219 dijelaskan tentang minuman keras yang diikuti dengan perjudian, karena sebuah budaya di zaman jahiliyah adalah minum diiringi dengan berjudi. Yang dinamakan khamr adalah segala sesuatu yang memabukkan, apapun bahan mentahnya. Minuman yang berpotensi memabukkan bila diminum dengan kadar normal oleh seseorang yang normal, maka minuman itu adalah khamr sehingga haram hukum meminumnya, baik diminum banyak maupun sedikit serta baik ketika ia diminum memabukkan secara faktual atau tidak. Jika demikian, keharaman minuman keras bukan karena adanya bahan alkoholik pada minuman itu, tetapi karena adanya potensi memabukkan. Dari sini, makanan dan minuman apapun yang berpotensi memabukkan bila diminum oleh orang yang normal, bukan yang biasa meminumnya maka ia adalah khamr.²²

Ada pendapat yang tidak didukung oleh banyak ulama, yakni ulama bermazhab Hanafi, mereka menilai bahwa khamr hanya minuman yang terbuat dari anggur. Adapun minuman lain seperti yang terbuat dari kurma atau gandum dan lain-lain yang berpotensi memabukkan, maka ia tidak dinamai khamr, namun nabidz. Mereka juga berpendapat, bahwa yang haram sedikit atau banyak adalah yang terbuat dari anggur, yakni khamr. Sedangkan nabidz tidak haram kalau sedikit dan baru haram kalau banyak. Ayat ini merupakan ayat kedua yang menjelaskan tentang minuman keras. Yang mana ayat pertama ialah Q.S. An-Nahl: 67. Ayat ini sendiri menegaskan bahwa kurma dan anggur dapat menghasilkan dua hal yang berbeda, yakni minuman memabukkan dan rezeki yang baik.

Jika demikian, minuman keras, baik yang terbuat dari kurma atau anggur, bukanlah rezeki yang baik. Isyarat pertama ini telah mengundang sebagaimana umat Islam pada waktu itu untuk menjauhi minuman keras, walaupun belum ditegaskan secara jelas diharamkan. Adapun dalam ayat yang sedang dibahas ini, isyarat kuat tentang keharamannya sudah lebih jelas, walau belum juga tegas. Jawaban yang menyatakan dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya menunjukkan bahwa ia seharusnya dihindari, karena sesuatu yang keburukannya lebih banyak daripada kebaikannya adalah sesuatu yang tercela, bukan haram. Salah satu penyebab banyaknya minuman keras, adalah karena mereka enggan menafkahkan kurma dan anggur yang mereka miliki. Dari keengganan itu mereka memiliki kelebihan kurma dan anggur, dan ini yang membuat mereka menggunakannya sebagai bahan untuk membuat minuman keras, niscaya anggur dan kurma itu tidak perlu dibuat minuman keras.²³

Minuman beralkohol merupakan salah satu faktor risiko utama untuk masalah kesehatan secara global. Dari segi kesehatan, kebiasaan mengonsumsi minuman beralkohol dapat menimbulkan Gangguan Mental Organik (GMO), merusak saraf dan daya ingat, oedema otak (pembengkakan otak), sirosis hati (pengerasan hati oleh karena timbulnya jaringan parut pada hati), gangguan jantung, gastritis (peradangan pada lambung), paranoid (adanya waham curiga) dan lain sebagainya. Sedangkan dari segi sosial, biasanya orang yang mabuk karena alkohol jika tidak dikontrol akan merusak tatanan sosial masyarakat,

²² Abu Abdillah Al-Qurthubi, *Al-Jami' Li Ahkam Al-Qur'an*, vol. 3 (Beirut, Libanon: Dar Kutub Ilmiyyah, 1993), 212

²³ Thias Arisiana dan Eka Prasetiawati, "Wawasan Al-Qur'an Tentang Khamr Menurut Al-Qurthubi Dalam Tafsir Al-Jami' Li Ahkam Al-Qur'an" dalam *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya*, Volume 4, Nomor 2, Desember 2019, 253

mengganggu ketertiban keamanan (memicu terjadinya keributan dan tindak kekerasan), bahkan sampai menjurus pada tindak pidana kriminal berat.

Sampai akhir tahun 2016, besar populasi yang mengonsumsi minuman beralkohol selama satu tahun adalah 4,6% dan pada bulan Desember terdapat 3%. Adapun provinsi yang mempunyai prevalensi penggunaan minuman beralkohol tertinggi dibandingkan dengan provinsi lainnya yaitu Nusa Tenggara Timur (NTT) sebesar 17,7%). Selain itu, yang sangat mengkhawatirkan adalah konsumsi minuman beralkohol yang diproduksi secara tradisional karena tidak terkontrol kadar alkohol yang dikandungnya dan konsumsi minuman beralkohol oplosan yang terus meningkat karena telah banyak menelan korban jiwa. Korban oplosan pada tahun 2011 sebanyak 280 orang meninggal dunia meningkat menjadi 304 orang meninggal dunia dan 311 orang dirawat pada tahun 2015.²⁴ Trend membeli miras ini tentu tidak sesuai dengan semangat Al-Qur'an. Maka, sikap konsumerisme seperti mendapat kritik tajam dari Al-Qur'an.

4. Mengikuti trend dan boros konsumtif

Dalam suatu riwayat dikemukakan bahwa ayat ini turun berkaitan dengan, datang kiriman kepada Rasulullah pakaian katun, karena beliau seorang dermawan, pakaian itu dibagi-bagikannya. Setelah Rasulullah membagi-bagikannya, datanglah serombongan orang yang meminta bagian tapi ternyata telah habis. Ayat ini turun menegaskan bahwa apa yang didapat janganlah dihabiskan seluruhnya.²⁵

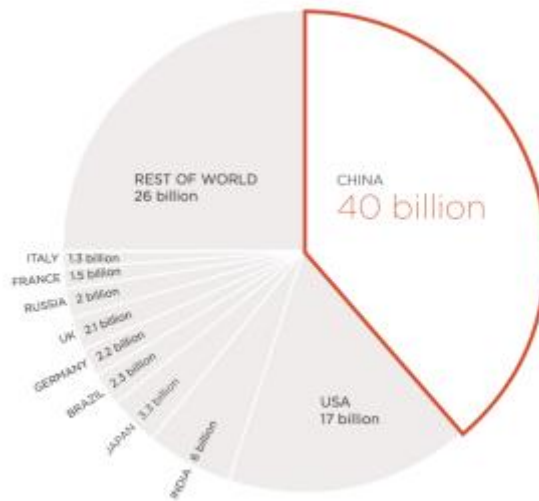
Menurut Hamka Ayat 29 ini mengandung maksud janganlah kikir, cabar atau boros dan membuang-buang harta. Kikir dan boros keduanya adalah sifat tercela dan akan membawa celaka bagi diri sendiri. Kikir menimbulkan kebencian orang lain, menyakiti diri sendiri dan membawa tersisihnya dari masyarakat. Sedangkan boros menjadikan hidup ini tidak menentu, kekayaan yang didapat tidak ada berkatnya, apabila sedang berada akan dipuji-puji orang tetapi apabila sedang melarat, maka akan melarat sendirian. Oleh karena itu orang yang kikir akan tercela dalam pergaulannya, sebab dengan tidak disadarinya dia telah diperbudak oleh hartanya, bahkan dia rela memutuskan hubungan dengan keluarga demi hartanya. Sedangkan orang yang boros dan menghambur-hamburkan harta seakan-akan tidak mempunyai kunci, akhirnya nanti akan menyesal karena hartanya telah habis keluar tanpa perhitungan.²⁶

Budaya konsumerisme yang disinggung oleh ayat ini adalah membeli sesuatu bukan karena keperluan melainkan hanya mengikuti trend yang sedang berkembang. Di Indonesia sendiri, konsep mengenai life style terlahir di era 1990-an. Gaya hidup tersebut lahir karena diakibatkan oleh adanya globalisasi di bidang industri media. Masyarakat Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat konsumen di era tersebut lambat laun akan mulai tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan, industri dibidang fashion, kecantikan, kuliner, gosip, dengan semakin disukainya produk asing, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari life style yang diakibatkan dari iklan dan televisi.

²⁴ Tri Rini Puji Lestari, "Menyoal Pengaturan Konsumsi Minuman Beralkohol Di Indonesia" dalam jurnal Aspirasi Vol. 7 No. 2, Desember 2016, 128

²⁵ Saleh dan AA Dahlan, *Asbabun Nuzul: Latar Belakang Historis Turunnya Ayt-ayat Alquran*, (Bandung: CV Diponegoro, 2011), h. 321

²⁶ Hamka, *Tafsir al-Azhar* (Jakarta: PT Pustaka Panji mas, 1982), 51



Pengguna Produk Fast Fashion di Dunia

Sumber: <https://www.commonobjective.co/article/volume-and-consumption-howmuch-does-the-world-buy>

Adapun hal yang digolongkan kedalam penyebab dari kemunculan budaya konsumer ini salah satunya adalah seorang public figure (selebritis). Seperti yang diungkapkan oleh Primada Qurrota Ayun, Adorno dan Max Horkheimer mengatakan bahwa tren dari gaya hidup para selebritis merupakan suatu gaya hidup yang dapat memudahkan kemanusiaan, karena dengan gaya hidup para selebritis yang cukup glamour dapat membuat massa terhipnotis untuk menirukan gaya hidup para selebritis. Selebritis sendiri merupakan suatu kelompok yang secara tidak sadar akan memicu adanya penindasan dalam segi ekonomi, hal tersebut akan menumbuhkan suatu khayalan-khayalan dan mimpi palsu bagi para penggemarnya.²⁷

5. Pamer barang mahal

Keegoisan dan kesombongan atas barang dimiliki juga ikut serta mendapat kritikan dari Al-Qur'an. Seseorang memandang dirinya di atas manusia lainnya, sehingga dia menganggap dirinya besar dan meremehkan orang lain. Kesombongan ini akan mendorong kepada kesombongan terhadap perintah Allah swt. Sebagaimana kesombongan Iblis terhadap Nabi Adam a.s. Mendorongnya untuk enggan melaksanakan perintah Allah untuk sujud kepada Adam a.s. di sisi lain, Nabi Muhammad juga bersabda: "Barangsiapa menyeret pakaiannya dengan sebab sombong, Allah tidak akan melihatnya pada hari kiamat. Lalu Abu Bakar beekata, "sesungguhnya terkadang salah satu sisi sarungku turun kecuali jika aku menjaganya". Maka Nabi bersabda, "engkau tidak termasuk orang yang melakukannya dengan sebab sombong".(HR. Al-Bukhari dan lainnya dari Ibnu 'Umar r.a.)

Dalam Al-Qur'an juga melarang masyarakat Muslim untuk berjalan di atas dunia ini dengan sikap sombong, sebagaimana yang dilukiskan dalam Q.S. Al-Isra'ayat 37, "Dan janganlah kamu berjalan di muka bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan sekali-kali kamu tidak akan sampai setinggi gunung" Dan jangan kamu berjalan di muka bumi dengan bersikap sombong bergoyang-

²⁷ Primada Qurrota Ayun, dkk, Cyberspace and Culture (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2014), hlm.4

goyang seperti jalannya para raja yang angkuh. Karena, dibawahmu ada bumi yang kamu takkan mampu menembusnya dengan hentakanmu dan injakanmu yang keras terhadapnya, sedang di atasmu ada gunung-gunung yang kamu takkan mampu menggapainya. Jadi, kamu dilingkupi oleh dua macam benda mati yang kamu lebih lemah dari keduanya. Sedang orang yang lemah dan terbatas, tak patutnya untuk bersikap sombong.²⁸ Oleh karena itu masyarakat yang memiliki budaya konsumerisme harus mampu menakar dirinya agar tidak jatuh kepada kesombongan.

KESIMPULAN

Budaya konsumerisme masyarakat modern mendapat kritik dari Al-Qur'an dalam beberapa hal: *pertama*, memaksakan diri untuk membeli suatu barang. Hal ini tidak jarang mengakibatkan konflik antar individu bahkan antar keluarga dan inilah yang mendapat kritik dari Q.S. Al-Maidah ayat 88. *Kedua*, mengikuti *life style* secara berlebihan. Hal ini mendapat kritik dari Q.S. Al-A'raf 31. *Ketiga*, membeli minuman keras. Trend ini dapat kita amati pada anak muda saat ini yang menjadikan mabuk-mabukan sebagai tanda bahwa mereka tidak ketinggalan zaman. Budaya ini juga dikeritik oleh Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 219. *Keempat*, mengikuti trend dan boros konsumtif. Budaya ini juga mendapat kritikan dari Al-Qur'an surat Al-Isra'ayat 29. *Kelima*, pamer barang mahal. Dari sekian data, kita mendapati bahwa budaya konsumerisme banyak berujung kepada pamer barang mahal. Sikap pamer ini mendapat kritik dari Al-Qur'an surat Q.S. Al-Isra'ayat 37.

²⁸ Ahmad mushthafa al-maraghi, terjemah tafsir al-maraghi juz 15, (semarang: cv. Toha putra, 1974),86.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdillah Al-Qurthubi, Al-Jami' Li Ahkam Al-Qur'an, vol. 3 (Beirut, Libanon: Dar Kutub Ilmiyyah, 1993), 212
- Ahmad mushthafa al-maraghi, terjemah tafsir al-maraghi juz 15, (semarang: cv. Toha putra, 1974).
- Ahmad Sapei, Analisis Budaya Konsumerisme Dan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang (Skripsi, Tidak Diterbitkan),
- Al-Thabari, Abu Ja'far Muhammad Ibn Jarir Ibn Yazid Ibn Kathir Ibn Galib . Jami'u al-Bayan fi Ta'wili al-Qur'an (Beirut: Daarul Kitab, 1412 H/1992 M)
- As-Sa'di, Syaikh Abdurrahman bin Nashir. Taisirul Karimirrahman fi Tafsiri Kamil Mannan. Cet. I; Baerut: Dar Ibn Hazm, 2003.
- Bagong Suyanto, Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme (Jakarta: Penerbit KENCANA Prenada Media Group, 2013)
- Bagong Suyanto. Sosoilogi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat PostModrenisme (Jakarta: Penerbit KENCANA, 2013)
- Baudrillard, Jean P. diterjemahkan oleh Wahyunto. Masyarakat Konsumsi,(Yogyakarta: Peberbit Kreasi Wacana, 2004),
- Buya Hamka, Tafsir Al-Azhar, Jakarta: Gema Insani Press, 2015
- Eddy Rohayedi dan Maulina, "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam" dalam *Jurnal Transformatif*, vol. 04 No. 01, 2020,
- Fendi Rahmat Widiyanto & Fatma Dian Pratiwi, "Audience Adaptation Dalam Gaya Berpakaian (Studi Deskriptif Kualitatif Trend Jilboobs Pada Mahasiswi Yogyakarta) dalam Jurnal Komunikasi PROFETIK, Vol. 08/No.02/Oktober 2015,
- Hamka, Tafsir al-Azhar (Jakarta: PT Pustaka Panji mas, 1982)
- Haryanto Sudjatmiko, Saya Berbelanja Maka Saya Ada, (Yogyakarta: penerbit Jalasutra, 2008),
<https://gridmotor.motorplus-online.com/read/292885822/viral-karena-tidak-dibelian-motor-remaja-ini-nekat-bunuh-ibunya-sendiri?page=all> dilihat pada 20 Juli 2022
<https://regional.kompas.com/read/2018/05/19/14325441/viral-anak-bakar-rumah-orangtuanya-gara-gara-tak-segera-dibelian-hp?page=all> dilihat pada 20 Juli 2022
- Indra Setia Bakti, Nirzalin, Alwi, "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard" dalam Jurnal Sosiologi USK, Volume 13, Nomor 2, Desember 2019,
- M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
- Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 2 (Jakarta: Gema Insani Press, 1999),
- Peter N. Stearns. *Consumerism in World History: the global Transformation of Desire*. (New York: Routledge, 2003),
- Primada Qurrota Ayun, dkk, Cyberspace and Culture (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2014),
- Qamaruddin Shaleh Dkk, Asbabun Nuzul (Bandung: Diponegoro, 2000)
- Rina Octaviana, "Konsumerisme Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse" dalam *JAQFI: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, Vol. 5, No. 1, 2020
- Saleh dan AA Dahlan, Asbabun Nuzul: Latar Belakang Historis Turunnya Ayt-ayat Alquran, (Bandung: CV Diponegoro, 2011),
- Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi, (Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2012),
- Thias Arisiana dan Eka Prasetiawati, "Wawasan Al-Qur'an Tentang Khamr Menurut Al-Qurthubi Dalam Tafsir Al-Jami' Li Ahkam Al-Qur'an" dalam *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya*, Volume 4, Nomor 2, Desember 2019

Putri Krisdiana: Kritik al-Qur'an Terhadap Budaya Konsumerisme hlm. 97-111

Tri Rini Puji Lestari, "Menyoal Pengaturan Konsumsi Minuman Beralkohol Di Indonesia" dalam jurnal Aspirasi Vol. 7 No. 2, Desember 2016

W. Gregory Mankiw, Makro Ekonomi, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006)