

KONSUMERISME TERHADAP MODE

Perspektif Etika Kebahagiaan Al- Kindi



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh :

Maulana Izzar

NIM: 17105010024

**PROGRAM STUDI AQIDAH DAN FILSAFAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jln. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156, Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Dosen : Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
.....

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Lamp. :-

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

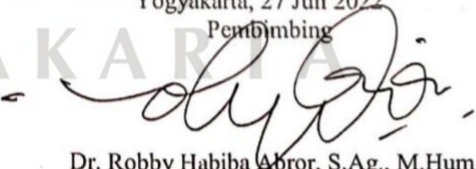
Nama : Maulana Izzar
NIM : 17105010024
Program Studi : Aqidah dan Filsafat Islam
Judul Skripsi : Konsumerisme Terhadap Fesyen Prespektif Etika Kebahagiaan Al-Kindi

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera *dimunagosyahkan*. Untuk itu, kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 27 Juli 2022

Pembimbing


Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
NIP: 197803232007101003

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulana Izzar

NIM : 17105010024

Prodi : Aqidah dan Filsafat Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini serta keseluruhan adalah hasil atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas plagiarisme. Jika ditemukan di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiarisme maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian surat ini saya dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 27 Juli 2022



Maulana Izzar

NIM. 17105010024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1536/Un.02/DU/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : Konsumerisme Terhadap Fesyen Prespektif Etika Kebahagiaan AI-Kindi

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAULANA IZZAR
Nomor Induk Mahasiswa : 17105010024
Telah diujikan pada : Jumat, 19 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6305f190581f4



Penguji II

Dr. Muhammad Taufik, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 63077af9681eb



Penguji III

Rizal Al Hamid, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6307769589454



Yogyakarta, 19 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 63082de261111

MOTTO

“God hear the tears that you won’t cry” – Payam Golshiri (Messiah) 2019



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk almamaterku, UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta beserta keluarga dan diriku sendiri.



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	—	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اِي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اُو	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haua*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	ā	a dan garis di atas

يَ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-faḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

يَ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-faḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjāinā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِيمُ : *nu‘īma*

عُدُّوْ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'ān*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilāl al-Qurʿān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-ʿIbārāt bi ʿumūm al-lafẓ lā bi khuṣūṣ al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalālāh* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِإِلَهِهِ *billāh* دِينِ اللَّهِ *dinullāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālāh*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal

dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaḥi bi Bakkata mubārakan

Ṣyahru Ramaḍān al-laḥi unzila fīh al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya, khususnya pada penulis sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berawal dari keresahan penulis pada fenomena konsumerisme terhadap mode yang mengalami perkembangan sehingga sudah sepatutnya bagi yang sadar terhadapnya termasuk penulis memberikan kritikan sehingga semua dampak negatifnya tidak merugikan manusia, terutama pada pemaknaan kebahagiaan yang diinginkan semua manusia. Penulis menggunakan etika kebahagiaannya Al-Kindi untuk memandang fenomena tersebut.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Agama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang dimiliki, tentunya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dan perlu banyak perbaikan-perbaikan oleh peneliti sendiri atau peneliti-peneliti setelahnya. Walaupun demikian, penulis berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi siapapun, khususnya dalam bidang akademik.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberikan dukungan baik secara moril ataupun materil. Karenanya penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

- Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala rahmatNya untuk penulis sehingga skripsi ini dapat ditulis hingga selesai dan baik.

- Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S,Ag., M,Hum. sebagai Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ibu Dr. Inayah Rohmaniyah, S,Ag., M,Hum., MA. Sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.
- Bapak Muhammad Fatkhan S,Ag., M.Hum. Sebagai Kaprodi Aqidah dan Filsafat Islam.
- Bapak Dr. Robby Habiba Abror, S,Ag., M.Hum. Sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk membimbing hingga selesai.
- Segenap Bapak dan Ibu dosen dan staff prodi Aqidah dan Filsafat Islam yang telah mendidik penulis selama menempun bangku perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga
- Terimakasih untuk Abah, Ibuk, dan Kakak serta semua keluarga yang selalu mendukung sepenuhnya apapun yang penulis ingin capai, serta pengorbanan yang direlakan hanya untuk membanggakan penulis.
- Terimakasih untuk sahabat-sahabatku PERGANAS SQUAD yang terdiri dari Bima Karim, Alfin Falah, Hasbul Wafi, Dani Romadhoni, Zainul Muttaqin, Khorul Anam, dan Aditya Bagus yang telah memberikan dukungan dan menemani suka-duka penulis hingga sampai di titik ini. Selain itu Annisa Zhafira, Reza Delvira, Aslahmiah, Inggit Mutiara, Anasil Miftah, Maya Safitri yang selalu menemani suka dan duka penulis hingga menyelesaikan skripsi.

- Terimakasih kepada teman-teman Minhajul Muslim dan angkatan Questio (AFI 17) yang telah menjadi teman dan berjuang bersama dalam proses belajar.
- Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis memahami ketidaksempurnaan skripsi ini karena penulis hanyalah manusia biasa. Semoga jerih payah masing-masing yang sedang berproses dapat kita rasakan buah manisnya kelak, baik untuk kita sendiri atau sekitarnya.

Yogyakarta, 10 Agustus 2022

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Modernisme yang diusung oleh kaum kapitalis berhasil membuatnya menguasai berbagai lini kehidupan setelah terjadinya perang dunia ke II, diantaranya adalah dengan lahirnya budaya percepatan produk mode (*fast fashion*) yang ditujukan agar para konsumen, sebagai objek pasar mereka mengikuti percepatan ini sehingga apabila trend yang dihadirkan berubah dengan cepat maka produk yang telah dipasarkan lebih cepat dikonsumsi. Pada setiap tahunnya pertumbuhan konsumerisme pada produk mode mengalami kenaikan yang positif. Pertumbuhan ini jelas memiliki dampak positif dari segi perekonomian yang mengalami perputaran uang lebih cepat sehingga pertumbuhan nilai perdagangan terus membaik. Akan tetapi, dampak negatif yang timbul juga pasti ada. Ditemukan bahwa konsumerisme mode yang telah dianut oleh mayoritas masyarakat terutama generasi milenial sekarang ini menjadi sandaran bagi mereka yang menginginkan kebahagiaan dalam kehidupannya. Penelitian ini mencoba menjawab persoalan yang terjadi dari konsumerisme mode yang dijadikan sandaran sebagai pemuas rasa kebahagiaan dengan menggunakan etika kebahagiaan Al-Kindi.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan sumber primer berupa beberapa literatur dan sumber data yang mengemukakan pertumbuhan angka penjualan dan perkembangan dalam produk mode, serta beberapa literatur yang berkaitan dengan salah satu risalah yang ditulis oleh Al-Kindi dengan judul *al-Hilâh li Daf' al-Ahzân* (Seni menepis kesedihan). Sedangkan sumber sekunder banyak diambil dari berbagai literatur lain yang mendukung seperti buku dan artikel dalam jurnal.

Dalam penelitian ini berhasil mengemukakan bahwa perilaku konsumerisme mode sebagai bentuk pemuas kebahagiaan dalam kehidupan adalah sebuah tindakan yang tidak sesuai dengan kebahagiaan yang telah dirumuskan oleh Al-Kindi. Karena dengan menyandarkan kebahagiaan pada kebendaan duniawi bukanlah kebahagiaan yang sesungguhnya, yang justru hanya akan merugikan banyak hal. Kebahagiaan yang sesungguhnya dapat diraih dengan mendayagunakan akal dengan maksimal dalam setiap tindakan yang akan dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, hal ini tidak akan menjerumuskan pada kerugian. Kemudian kebahagiaan yang sesungguhnya adalah berada pada sisi Tuhan setelah melewati kematian dan tanpa menanggung dosa.

Kata Kunci: *Konsumerisme, Mode, Kebahagiaan, Al-Kindi*

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	II
SURAT PERNYATAAN	III
PENGESAHAN	IV
MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
TRANSLITERASI.....	VII
KATA PENGANTAR	XVI
ABSTRAK	XIX
DAFTAR ISI.....	XX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
A. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan Penelitian.....	7
C. Manfaat Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka	8
E. Metode Penelitian.....	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KONSUMERISME MODE.....	16

A. Pengertian Konsumerisme	19
B. Data Kenaikan Konsumsi Terhadap Mode	23
BAB III KEBAHAGIAAN MENURUT AL KINDI	38
A. Biografi dan Karya Al Kindi.....	38
B. Kebahagiaan.....	43
C. Rasionalitas dan Keutamaan-Keutamaan.....	48
D. Jiwa dan Akal.....	51
BAB IV ANALISIS KONSUMERISME TERHADAP MODE PRESPEKTIF	
ETIKA KEBAHAGIAAN AL-KINDI.....	53
A. Konsumerisme Mode dan Kebahagiaan.....	53
B. Konsumerisme dan Kehidupan yang Baik.....	56
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	68
Daftar Gambar	68
Curriculum Vitae	70

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak lahir manusia telah memiliki naluri untuk memiliki kehidupan yang baik. Kehidupan yang baik bagi Aristoteles adalah kehidupan yang berbahagia dengan menemukan tujuannya hingga berhasil mencapainya, karena dengan menemukan hal tersebut manusia akan menjadi dirinya sendiri.¹ Suatu kondisi yang dicita-citakan oleh semua orang, yang harus diupayakan untuk mencapai kebahagiaan.² Kehidupan yang memuaskan dan baik, setiap manusia akan menemukan kebahagiaan jika ia telah melepaskan berbagai kesengsaraan dari rasa takut dan berbagai tekanan, hingga pada akhirnya ia hanya akan menikmati hidup,³ pandangan Epikureanisme ini dari dulu sampai sekarang banyak dianut hingga lahirnya Hedonisme, namun tidak banyak yang memperhitungkan nilai moral atau amoral.

Kemajuan zaman yang semakin modern ini telah membawa perubahan yang positif dan juga negatif pada setiap aspek. Sama halnya dengan masa postmodernisme sekarang yang melahirkan banyak inovasi yang sangat membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, bergesernya makna dari sesuatu yang dimiliki oleh seseorang, yang awalnya hanya sebagai pemenuhan kebutuhan dan cukup dengan hal itu, tapi pada masa sekarang tidak cukup apalagi dengan

¹ Frans Magnis Suseno, 13 *Tokoh Etika: Sejak Zaman Yunani Sampai Abad ke-19*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), hlm.29.

² Arrasyid, *Konsep Kebahagiaan dalam Tasawuf Modern Hamka*, Jurnal Filsafat dan Pemikiran Islam Refleksi, Vol. 19, No. 2, Juli 2019, hml. 26,

³Epicurus, *The Art of Happiness*, terjemahan Carissa Fadina Permata, (Yogyakarta: Basa Basi, 2019), hlm. 88.

berbagai kemudahan akses yang menjadi sebuah fasilitas. Hal ini membuat gaya hidup zaman sekarang menjadi hedonis dan sangat bersifat konsumernis. Hedonisme berasal dari bahasa Yunani yaitu “*hedone*” yang berarti kesenangan, “*pleasure*”.⁴ Individu yang menganut bahwa kesenangan adalah sebuah tujuan hidup. Sebuah pola hidup di mana aktivitas apapun yang berujung kesenangan akan dilakukan tanpa banyak pertimbangan, manfaat, nilai ataupun dampaknya. Pada akhirnya dengan pola hidup yang seperti itu melahirkan budaya konsumerisme, artinya pemenuhan kebutuhan dari sebuah kehidupan yang baik itu diwakili oleh dunia material atau bendawi.

Pada masa postmodern sekarang ini hampir seluruh negara di dunia telah terpengaruh modernisasi, hal ini ditandai dengan lahirnya inovasi yang telah berhasil merubah perilaku masyarakat tradisional ke modern, sebagaimana yang telah kita sadari bahwa perilaku masyarakat modern lebih menyukai hal-hal yang bersifat praktis, apalagi ke-praktisan sekarang sudah dengan mudah bisa diakses oleh siapa saja dan kapanpun, seperti orang-orang yang berpergian dengan menggunakan kendaraan bermotor, setiap orang yang duduk di kafe memegang gadgetnya masing-masing, setiap ruangan kerja terdapat pendingin yang secara otomatis menyesuaikan suhu dengan nyaman, pemesanan makanan bisa dilakukan tanpa harus bersusah payah antri dan keluar rumah serta kecepatan standar telekomunikasi yang mencapai generasi yang ke 05 yang kita kenal dengan 5G. Modernisasi yang kita semua alami sekarang ini secara sadar atau tidak sangat erat

⁴ Salam, B., *Etika Sosial : Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 81.

hubungannya dengan konsumerisme.⁵ Inovasi yang terus berkembang ini tidak terkecuali dalam dunia mode, yaitu; kemunculan *fast fashion* yang telah diakui sebagai fenomena baru. Salah seorang pengajar mode dari Universitas of Leeds, Dr. Mark Sumner mengatakan bahwa “*Ada empat musim yang berlaku di sebagian besar negara, musim semi, musim panas, musim gugur dan musim dingin. Nah, kini industri fashion terbagi menjadi empat musim tersebut. Hal ini sangat berbeda dengan industri mode zaman dahulu*”.⁶

Menurut Thomas Carlyle, mode dapat diartikan sebagai simbol jiwa yang berkaitan dengan perkembangan budaya, yang memiliki pesan tersendiri untuk membedakan antar manusia yang saling bersosial.⁷ Oleh sebab, itu tidak bisa dipungkiri jika mode sangat dekat bahkan telah melekat dalam kehidupan manusia sebagai makhluk yang bersosial-budaya, artinya dalam seluruh tingkah pola kehidupan manusia tidak mungkin lepas dengan mode mulai dari hanya sekedar sebagai penutup bagian tubuh hingga pemaknaannya yang menjadi alat interaksi. Pada akhirnya kemunculan mode dalam berbagai tingkah pola kehidupan menjadikannya sebagai sebuah media tiruan dari sistem masyarakat untuk memuaskan sifat ke-akuan manusia, selain itu peralihan akan menggiring dalam sebuah kelompok yang bersifat mengikat. Hal ini seperti yang telah dikatakan oleh Simmel (1998) bahwa mode adalah media yang membedakan antara anggota kelas

⁵ Eddy Rohayedi, Maulina, *Konsumerisme dalam Pespektif Islam* Jurnal Transformatif, Hal. 32, Vol. 4, No. 1, April 2020.

⁶ Ariska Puspita Angraini “Fast Fashion’, Trend Fesyen yang Lestarkan Sifat Konsumtif?”, dalam Kompas.com, diakses tanggal 20 Agustus 2021.

⁷ Akbar Asfihan “Fashion Adalah” dalam adalah.co.id, diakses tanggal 21 Agustus 2021.

atas dan anggota masyarakat biasa (*the necessity for unity and the necessity for diversity*).⁸

Seiring dengan pemahaman manusia di masa modern terhadap mode sekarang ini bukan lagi menjadi hal yang sepele, menurut data dari Fastretailing, Statista dan Inditex antara tahun 2015 – 2016 jumlah toko retailer *fast fashion* besar yang rata-rata berasal dari Eropa dan Amerika, seperti kelompok merek Inditex, H&M dan Uniqlo berhasil memiliki ribuan gerai di seluruh dunia.⁹ Mereka semua berhasil berkembang dengan pesat dikarenakan telah berhasil menguasai pasar mode di negaranya masing-masing, dan perlahan merambah ke pasar metropolis yang disalurkan melalui pemerintahan kolonial dengan cara mendirikan tempat produksi di daerah tertentu yang akan menjadi sasaran pasar. Dalam negeri sendiri perkembangan mode yang awalnya dikira akan mengalami penurunan secara drastis yang diakibatkannya pandemi sekarang ini, justru mengalami kenaikan. Salah satu contohnya yang telah terjadi pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi sepatu, Jaya Shoes Group mengalami kenaikan hingga 400 persen sejak bulan April 2020 dan stabil di angka itu.¹⁰ Banyak beranggapan jika 2020 akan menjadi tahun yang sulit di berbagai sektor, yang sudah diprediksi sejak akhir 2019 karena banyak terjadi penurunan, tidak terkecuali dengan industri mode. Apalagi pada awal tahun harus dihadapkan dengan COVID-19 yang kemudian ditetapkan

⁸ Fairus Shinta, *Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme*. Jurnal Rupa. Hal. 64, Vol. 03, No. 01, Juni 2018.

⁹ Veronica Kadista Putri "Fast Fashion", Budaya Konsumtif, dan Kerusakan Lingkungan, dalam www.detik.com, diakses tanggal 21 Agustus 2021.

¹⁰ Reni Susanti. "Pandemi Covid-19, Penjualan Produk Fesyen Malah Melonjak" dalam Kompas.com diakses tanggal 22 Agustus 2021.

menjadi pandemi, hal ini menjadikan tahun 2020 semakin suram. Seperti yang dikatakan oleh pendiri dan CEO *Bussines of fashion* Imran Ahmed industri mode sedang mengalami krisis eksestensial selama 2020. Perekonomian yang kacau akibat pandemi membuat konsumen mengurangi pengeluaran untuk mode, hal ini terjadi secara alami sebagai upaya untuk bertahan hidup. Mereka berfokus membeli barang-barang penting dan esensial untuk bertahan selama *lockdown*.¹¹ Akan tetapi hal ini berbalik menjadi sebuah keberhasilan tersendiri bagi industri mode yang melakukan transformasi besar-besaran mulai dari segi penjualan yang awalnya bertumpu pada penjualan secara fisik menjadi penjualan melalui *e-commerce*, promosi online, produksi, tren yang semakin berinovasi, hingga pemaknaan nilai pada setiap artikel.

Manusia sebagai makhluk Allah yang paling mulia dan sempurna telah dibekali dengan akal budi atau rasio untuk menjalani hidup di dunia. Dengan akal pikiran tersebut manusia ingin mencapai kehidupan membahagiakan, karena dengan kebahagiaan manusia bisa hidup dengan senang, tenang dan terbebas dari semua sifat yang menyusahakan.¹² Maka, dari unsur-unsur kebahagiaan dunia tersebut juga termasuk dalam kehidupan yang baik.

Pembahasan tentang kebahagiaan dari zaman ke zaman selalu menjadi sebuah pembahasan yang selalu menarik dan terus menerus mengalami

¹¹ Hasya Nindita. Bagaimana Industri Fashion Bertahan Selama Tahun Pandemi 2020, dalam *tirto.id*, diakses tanggal 23 Agustus 2021.

¹² Isfaroh. Konsep Kebahagiaan AL-Kindi, *Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy*, Vol. 1, No. 1, Tahun 2019. Hal. 81.

pembaharuan. Bahkan banyak filsuf yang berhasil merumuskan konsep kebahagiaan diantaranya adalah Al-Kindi, nama lengkapnya adalah Abu Yusuf Ya'qub ibn Ishaq ibn Shabbah ibn Imran ibn Ismail al Ash'ats ibn Qais al Kindi, atau dalam bahasa latin dikenal dengan Alkindus. Sebagai filsuf pertama yang lahir berkebangsaan Arab, ia lahir di Kuffah sekitar 185 H atau 801 M dari keluarga kaya dan terhormat.

Kenikmatan, kepuasan dan kesenangan itu berbeda dengan kebahagiaan. Al-Kindi sebagai salah seorang filsuf rasionalis menjelaskan jika manusia mampu menggunakan akal pikirannya secara optimal, maka manusia sudah meladani sikap-sikap ketuhanan, karena dengan berpikir rasional manusia dapat menjangkau perbuatan-perbuatan Tuhan yang tersirat dalam perilaku manusia di dunia. Selain itu dengan berpikir rasional manusia juga mencoba melatih hawa nafsunya untuk tidak melakukan perbuatan-perbuatan yang negatif.¹³ Oleh sebab itu, dengan rasionalitas manusia akan dituntut untuk meladani tuntutan hidup sampai menemukan pemahaman bahwa kebahagiaan yang sempurna dalam hidup itu bukanlah kebahagiaan yang bersifat materi atau duniawi saja.

Dari keinginan setiap manusia; bahwa hidup di dunia haruslah dengan kehidupan yang baik, yang kemudian diupayakan dengan kehidupan yang berbahagia, hingga dampak dari modernisasi yang melahirkan budaya konsumerisme di berbagai lini kehidupan seperti konsumerisme terhadap mode. Maka dari itu, penulis mengalami keresahan pada fenomena konsumerisme mode

¹³ Maftukhin. *Filsafat Islam* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 93.

dalam sebuah pemaknaan kebahagiaan hidup sebagai upaya menjadikan kehidupan yang baik. Dengan kembali memahami makna sebuah kebahagiaan yang sebenarnya kita sebagai manusia tidak akan tersesat dalam menjalani kehidupan di masa modern sekarang ini. Jika dengan pemahaman yang sudah keliru, bagaimana manusia akan menemukan kehidupan yang baik. Maka, dengan mendayagunakan anugrah paling mulia dari Tuhan yakni akal, manusia akan terus berupaya menjalankan dan mencapai kehidupan yang baik di dunia.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis jelaskan di atas, maka dalam penelitian ini hanya akan membahas sebagai berikut :

1. Bagaimana modernisasi berkembang hingga melahirkan konsumerisme terhadap mode?
2. Bagaimana seni mengatasi kesedihan Al-Kindi hingga mencapai kebahagiaan yang sesungguhnya?
3. Bagaimana analisis terhadap konsumerisme mode prespektif etika kebahagiaan Al-Kindi?

B. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang sudah tersusun diatas, maka dengan memahaminya kemudian bisa di petakan berdasarkan tujuannya :

1. Untuk mengetahui sejarah perkembangan moderinisasi yang telah melahirkan konsumisme terhadap mode.
2. Untuk memahami konsep kebahagiaan Al-Kindi dan seni mengatasi kesedihan.
3. Untuk menjawab bagaimana konsumerisme terhadap mode prespektif etika kebahagiaan Al-Kindi.

C. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan penelitian yang sudah disebutkan diatas, maka dengan memahaminya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam khazanah akademik ataupun masyarakat pada umumnya. Dalam khazanah keilmuan, khususnya bagi keilmuan di UIN Sunan Kalijaga belum banyak yang membahas konsumerisme dari segi keislaman, baik itu tasawuf atau filsafat Islam. Selain itu, penulis ingin membantu menjawab persoalan konsumerime terhadap mode yang pada tiap tahunnya mengalami kenaikan. Kemudian bagi masyarakat umum, terutama kita sebagai kamu muda yang juga sekaligus pelaku konsumerisme mode semoga dapat memahami kembali perilaku tersebut, karena jika pemahaman kita masih kurang, maka kehidupan yang baik, yang sudah dimaksudkan oleh Aristoteles ataupun Al-Kindi tidak akan tercapai.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka atau Literature review adalah sebuah kumpulan informasi yang diperoleh secara relevan dengan topik yang menjadi objek peneitian. Informasi dalam hal ini bisa berupa buku, skripsi, disertasi, ensiklopedia, dan sumber-sumber yang lainnya. Dengan adanya kajian pustaka membantu penulis

untuk memperjelas masalah penelitian, mengetahui perkembangan ilmu pengetahuan yang relevan dengan tema yang telah dipilih, dan mengetahui hasil dari penelitian-penelitian yang sudah pernah dilaksanakan. Maka penulis akan memaparkan beberapa topik yang relevan terhadap penelitian yang akan penulis lakukan:

1. Artikel pada Jurnal Transformatif Vol. 4, No. 1, April 2020 yang ditulis oleh Eddy Rohayedi dan Maulina, dengan judul Konsumerisme dalam Prespektif Islam. Dalam artikel tersebut menjelaskan bahwa konsumerisme adalah perilaku konsumsi yang irasional dan berlebihan, hanya mengedepankan keinginan tanpa memandang kebutuhan atau manfaatnya. Menurut agama Islam hal itu dilarang, karena akan menumbuhkan sifat serakah dan sombong. Islam mengajarkan perilaku konsumsi yang berkeselimbangan di berbagai lini kehidupan.
2. Skripsi yang ditulis oleh Ryan Dwiky Anggriawan pada tahun 2016, mahasiswa alumni fakultas Ilmu Filsafat Universitas Gadjah Mada dengan judul : Perilaku Konsumerisme dalam Tinjauan Etika Arthus Schopenhauer. Dalam skripsi ini menjelaskan bahwa konsumerisme adalah sebuah gejala sosial dan ekonomu yang muncul dari perkembangan hasrat dan selera konsumen yang mengedepankan keinginan dan bersifat boros. Menurut pandangan Arthus Schopenhauer kehendak paling dasar dari alam semesta memanglah buta, tidak tahu arah, irasional dan tidak bisa dipuaskan. Karena konsumerisme yang bersifat individualistik dan penuh dengan hasrat, maka

untuk mengurangi penderitaan pada setiap manusia harus bertindak di luar egoismenya serta melakukan penyangkalan kehendak.

3. Artikel pada Jurnal Rupa Vol. 03, No. 01, Juni 2018 yang ditulis oleh Fairus Shinta dengan judul Kajian *Fast Fashion* dalam Percepatan Budaya Konsumerisme. Artikel dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa dampak lain dari modernisasi yang dipelopori oleh para kapitalisme telah berhasil merubah cara pandang terhadap realitas dari sudut ruang dan waktu menjadi cara pandang yang melihat realitas dari sudut percepatan. Lahirnya *Fast Fashion* yang dibawanya tidak luput dari berbagai konflik yang hadir sekarang ini, oleh sebab itu solusinya adalah dengan kesadaran penuh dari masyarakat dan pasar dengan bentuk *Slow Fashion*.
4. Artikel pada jurnal Ulumuna Vol. 17, No. 01, Juni 2013 yang ditulis oleh Mustain dengan judul Etika dan Ajaran Moral Filsafat Islam: Pemikiran Para Filosof Muslim Tentang Kebahagiaan. Artikel ini menjelaskan bahwa, kajian moral tentang etika tidak bisa berdiri sendiri tapi menyatu dan saling berkaitan dengan ajaran-ajaran moral. Keduanya memiliki tujuan akhir yang sama, yakni kebahagiaan yang digambarkan sebagai perpaduan rasa aman, damai, dan tenang. Bagi para silosof muslim kebahagiaan dapat dirai melalui perbuatan kesusilaan dan akal yang didayagunakan secara maksimal, artinya dengan pemahaman yang mendalam terhadap sebuah kesusilaan.
5. Skripsi yang ditulis oleh Mohammad Dofir pada tahun 1995, alumni fakultas Ilmu Ushuludiin IAIN Al-Jami'ah Al-Islamiah Al-Hukumiah Sunan Ampel Surabaya atau sekarang telah menjadi UIN Sunan Ampel

Surabaya yang berjudul: Pandangan Islam terhadap pemikiran Epicurus tentang kebahagiaan. Dalam skripsi ini Epicurus menjelaskan bahwa manusia lahir dengan tujuan kebaikan tertinggi yang terus diupayakan selama di dunia, kebaikan tertinggi tersebut adalah kebahagiaan yang berisi tentang kelezatan yang universal, kelezatan yang tanpa harus diikuti oleh penderitaan setelahnya. Sedangkan bagi Islam tujuan akhir dari setiap manusia adalah kebahagiaan juga, tapi kebahagiaan disini memiliki arti keseimbangan antara kebahagiaan dunia dan akhirat. Islam memandang ada sebuah celah tentang kebahagiaan yang dirumuskan oleh Epicurus, yaitu jika kebahagiaan dunia yang hanya dikedepankan tidak mungkin akan memberikan kebahagiaan yang sempurna, oleh karena itu kesengsaraan setelahnya akan selalu membayangnya. Berbeda dengan kebahagiaan Islam yang sangat mengutamakan keseimbangan antara kebahagiaan yang bersifat duniawi dan akhirat dengan bentuk keimanan serta ketaqwaan pada Allah. Karena dengan keseimbangan itu manusia akan mendapatkan kepuasan secara lahiriah dan ketenangan secara batin.

6. Artikel pada jurnal Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy, Vol. 01, No. 01, Tahun 2019 yang ditulis oleh Isfaroh dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul Konsep Kebahagiaan Al-Kindi. Dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa kebahagiaan yang sesungguhnya itu terletak dalam jiwa seseorang, bukan terletak pada bendawi. Al-Kindi merumuskan untuk mencapai kebahagiaan tersebut adalah dengan berpikir rasional, karena dengan berpikir rasional seseorang telah meladani

perbuatan-perbuatan Tuhan. Dengan rasionalitas manusia telah membimbing dirinya termasuk kebahagiaannya untuk tidak terlena dengan kebahagiaan bendawi yang selalu mengalami perubahan.

7. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Yusuf pada tahun 2007, alumni fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul Terapi Mengatasi Kesedihan Menurut Al-Kindi yang menjelaskan bahwa Al-Kindi yang banyak dikenal sebagai tokoh muslim Arab pertama yang mendalami dunia filsafat, tapi masih jarang yang mengenal karya beliau yang menjelaskan tentang kebahagiaan, hal ini dikarenakan banyaknya karyanya yang hilang dan tidak ditemukan kembali. Al-Kindi menjelaskan bahwa kesedihan itu adalah sebuah gangguan kejiwaan (penyakit kejiwaan) yang dianggap wajar sebagai sikap reflektif dari seorang manusia terhadap sesuatu yang dianggap salah atau tidak seharusnya. Akan tetapi, selain itu yang membuat seseorang menjadi sedih adalah karena terbuai oleh kefanaan dunia yang seolah menawarkan kesempurnaan. Al-Kindi memberikan solusi dari kesedihan tersebut dengan merubah cara pandang dan ekspektasi pada duni yang hanya bersifat fana atau sementara, selain itu juga perlu membiasakan diri, melatih diri untuk berpikir rasional pada setiap situasi, sehingga dapat meminimalisir kesedihan-kesedihan yang selalu membayangi.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kepustakaan dan ditulis dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif dalam penelitian dapat digunakan untuk mengumpulkan data secara deskriptif untuk menyusun hasil dari penelitian yang diinginkan, dengan cara menafsirkan tanpa menggunakan perhitungan data yang diperoleh.¹⁴ Penelitian ini fokus pada pada sumber-sumber data dan kajian kepustakaan yang berkaitan dengan tema konsumerisme dan etika kebahagiaan Al Kindi.

2. Sumber Data

Data yang menjadi sumber dari penelitian ini bisa dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Data primer, yaitu sumber utama dari penelitian ini, mulai dari konsumerisme mode yang banyak didapatkan dari berita-berita *up to date* mengenai kenaikan data konsumtif dan pertumbuhan dalam penjualan produk mode, kemudian beberapa literatur yang merujuk pada etika kebahagiaan Al-Kindi yang bersumber dari karyanya yang berjudul *al-Hilâh li Daf' al-Ahzân* (Seni menepis kesedihan).
- b. Data sekunder, yaitu data yang masih relevan dengan tema konsumerisme dan etika kebahagiaan Al-Kindi. Diantaranya adalah;

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 3.

buku atau *e-book*, skripsi, artikel, jurnal atau *e-jurnal* dan sebagainya.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah mencari dan menelaah data-data yang relevan dengan tema konsumerisme dan kebahagiaan Al-Kindi, mulai dari buku atau *e-book*, skripsi, artikel, jurnal atau *e-jurnal* dan lainnya yang dapat mendukung dalam menjawab pertanyaan bagaimana kebahagiaan Al-Kindi memandang fenomena konsumerisme mode yang menjadi fenomena pada masa modern ini.

4. Metode Analisis Data

Metode yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode analisa deskriptif. Yaitu suatu metode analisa data yang dilakukan jika semua data yang dibutuhkan terkumpul sempurna. Penganalisaan pada data dilakukan dengan cermat sehingga penulis bisa memberikan deskripsi yang sistematis dan baik, serta hasil dari penelitian ini mudah untuk dipahami.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I : pada bagian ini membahas semua yang berkaitan dengan pendahuluan dari sebuah penelitian, yaitu; latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan yang terakhir sistematika pembahasan.

Bab II : pada bagian ini membahas modernisasi yang telah terlahir hingga konsumerisme terhadap mode yang terus bertumbuh di masyarakat.

Diantanya dapat dibagi menjadi dua sub bab; pengertian konsumerisme dan data kenaikan konsumsi terhadap mode.

Bab III : pada bagian ini membahas etika kebahagiaan Al-Kindi yang telah dirumuskan dalam risalahnya *al-Hilâh li Daf' al-Ahzân* (Seni menepis kesedihan). Pada bagian ini dapat di bagi menjadi beberapa sub bab; Biografi Al-Kindi, Kebahagiaan, rasionalitas dan keutamaan-keutamaan, serta jiwa dan akal..

Bab IV : pada bagian ini membahas analisis penulis terhadap konsumerisme mode yang dipandang melalui etika kebahagiaan Al-Kindi hingga tercapainya kehidupan yang baik.

Bab V : Pada bagian ini membahas kesimpulan dan saran-saran.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada setiap masa kelahiran manusia hingga kematiannya, manusia telah dibekali dengan naluri memiliki kehidupan yang baik. Dari masa ke masa tahapan manusia mewujudkan dorongan naluria tersebut telah membawanya pada kemajuan dan keberhasilan yang nyata pada saat ini. Karena erat hubungannya antara kehidupan yang baik dengan kehidupan yang membahagiakan, maka pada saat ini manusia memiliki tantangan yang semakin berat. Kita mengenal konsumerisme mode sebagai bentuk pemuas kebahagiaan yang sekaligus menjadi acuan mencapai kehidupan yang baik.

Angka konsumerisme pada mode setiap tahunnya mengalami kenaikan, hal ini dibuktikan dengan penjualan pada produk mode bertumbuh terus menerus. Pertumbuhan ini menguntungkan pada beberapa pihak akan tetapi dibalik keuntungan yang menunjukkan nilai positif ada hal negatif yang ditimbulkannya. Secara tidak langsung konsumerisme mode telah menjadi budaya di masa modern ini. Ditemukan bahwa konsumerisme mode adalah sebuah bentuk upaya bagi masyarakat modern untuk memuaskan hasrat mereka pada kebahagiaan, tetapi tanpa memandang dampak negatif yang mereka timbulkan, diantaranya adalah berubahnya sudut pandang terhadap kebahagiaan yang ditumpukan pada kebendaan duniawi.

Perihal kebahagiaan banyak filsuf yang merumuskannya, sekaligus kebahagiaan yang sesungguhnya akan terus dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang terus terbaharui seperti perubahan-perubahan yang diciptakan

manusia. Al-Kindi sebagai filsuf muslim pertama dan banyak diantara karyanya yang memfokuskan pada kebahagiaan menjelaskan bahwa kebahagiaan yang sesungguhnya adalah apabila manusia telah berhasil mendayagunakan akalanya dengan sempurna sehingga pada setiap tindakan yang dilakukan adalah kebajikan yang terpancarkan dari Tuhan, karena dengan berfikir rasional sama halnya dengan meneladani perbuatan Tuhan. Terdapat juga dalam pemikiran Al-Kindi menjelaskan bahwa apabila jiwa terpisah dari jasadnya dengan keadaan suci tanpa menanggung dosa maka secara langsung kembali pada sisi Tuhan, apabila masih menanggung dosa maka akan berkelana untuk membersihkan diri. Pada posisi didekat Tuhan tersebut jiwa manusia telah mencapai pada kebahagiaan yang sesungguhnya. Untuk mendapat kesucian jiwa sehingga sampai pada kebahagiaan yang sesungguhnya tersebut manusia harus mendayagunakan akalanya semasa di dunia dengan sepenuhnya agar terhindar dari segala hal yang merugikan.

Pada masa modern saat ini kita sebagai pelaku konsumerisme harus menerima bahwa kebahagiaan saat ini telah berubah dari yang telah diajarkan dari dahulu. Kebahagiaan saat ini telah bertumpu pada kebendaan duniawi atau mudah disebut dengan kebahagiaan yang materialistik, perubahan yang terjadi saat ini dinilai telah merubah stigma masyarakat secara umum pada kebahagiaan dan konsumerisme mode. Maka dari itu, dengan etika kebahagiaan Al-Kindi yang mengedepankan rasionalitas sebagai jalan mencapai kebahagiaan mencoba menjaga dan mengembalikan pemaknaan kebahagiaan yang sebenarnya. Lain dari itu, kita sebagai objek kapitalisme mencoba memberikan kritikan pada mereka yang

telah mengendalikan banyak sisi dalam kehidupan bahwa konsumerisme saat ini telah menggiring pada kerugian.

B. Saran

Penelitian ini ditulis berdasarkan analisis penulis pada konsumerisme mode dengan menggunakan kaca mata etika kebahagiaan Al-Kindi. Dengan demikian penelitian ini sangat terbatas pada ruang lingkup konsumerisme mode yang berkaitan dengan etika kebahagiaan Al-Kindi. Penulis menyadari dan mengakui bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan, baik segi kepenulisan atau penyampaian dan data yang disampaikan. Oleh karena itu, penulis berharap agar kedepannya semakin banyak penelitian-penelitian atau karya ilmiah yang berkaitan dengan konsumerisme mode serta etika kebahagiaan Al-Kindi sehingga memperkaya dan memperdalam analisis setelahnya. Karena keterbatasan penulis dalam mencari sumber-sumber yang berkaitan dengan etika kebahagiaan Al-Kindi, penulis berharap lebih pada pihak akademik atau siapapun yang memiliki perhatian lebih pada etika kebahagiaan agar lebih menyoroti etika kebahagiaan yang dirumuskan oleh filsuf muslim pertama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, Bactiar. & Junaidi, Teuku. Malaise dan Pengaruhnya Terhadap Gerakan Nasional Indonesia. *Jurnal Seuneubok Lada*. No.1, Vol.2, Juli - Desember 2014.
- Alika, Rizky. *Sepanjang Kuartal I 2019 Industri Tekstil dan Panakaian Melonjak 18,98%*. 2020. Katadata.co.id diakses tanggal 30 Januari 2022.
- Al-Kindi, “al-Falsafah al-Ulâ”, dalam Soleh, Achmad Khudori. *Filsafat Islam Dari Klasik Hingga Kontemporer*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Anggraini, Ariska Puspita. 'Fast Fashion', Tren Mode yang Lestarkan Sifat Konsumtif?. 2020. Kompas.com, diakses tanggal 20 Agustus 2021.
- Arrasyid, Konsep Kebahagiaan dalam Tasawuf Modern Hamka, *Jurnal Filsafat dan Pemikiran Islam Refleksi*, Vol. 19, No. 2, Juli 2019.
- Aryani, Rini. Kajian Neurosis Tokoh dalam Novel Koma (Cinta Tanpa Titik) Karya Mercy Sitanggang, *Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, Vol. 9, No. 2, Tahun 2019.
- Asfihan, Akbar. Fashion Adalah. 2020. Adalah.co.ic, diakses tanggal 21 Agustus 2021.
- Atiyeh, George N. Al-Kindi Tokoh Filosof Muslim, terj. Kasidjo Djojosuwarno. Bandung, Pustaka, 1983.
- Bakti, Indra Setia. Nirzalin. Alwi. Konsumerisme Dalam Prespektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK*, Vol. 13, No. 2, Desember 2019.
- Eddy Rohayedi, Maulina, Konsumerisme dalam Pespektif Islam. *Jurnal Transformatif*, Hal. 32, Vol. 4, No. 1, April 2020.

- Epicurus, *The Art of Happiness*, terj. Carissa Fadina Permata, Yogyakarta: Basa Basa, 2019.
- Falach, Ghulam. *Konsumerisme Manusia Satu Dimensi*, diterbitkan Progam studi Aqidah dan Filsafat Islam Universitas Islam Negeri Jogjakarta, 2018.
- Isfaroh. Konsep Kebahagiaan AL-Kindi. *Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy*. Volume 1, No. 1, Tahun 2019.
- Jason, Mayne. <https://twitter.com>, diakses tanggal 20 Januari 2022.
- Kartanegara, Mulyadi. *Mozaik Khazanah Islam Bunga Rampai dari Chikago*, Jakarta: Paramadina, 2000.
- “Kemenprin: Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Paling Tinggi. kemenperin.go.id. diakses tanggal 26 Januari 2022.
- Kerek Daya Saing Industri Mode Muslim, Kemenprin Dorong Sertifikasi Halal*”. 2019. <https://bbt.kemenperin.go.id>, diakses tanggal 27 Januari 2022.
- Lestari, Reni. *Industri Tekstil Diproyeksi Tumbuh 10 Persen Tahun Depan*. 2019. <https://ekonomi.bisnis.com/>, diakses tanggal 29 Januari 2022.
- Leung, Ambrose. *VSCO Reveals That Fenty Is the Most Inclusive Brand of 2020*. 2020. <https://hypebeast.com/>, diakses tanggal 4 Februari 2022.
- Madani, Abubakar. Pemikiran Filsafat al-Kindi, *Lentera*, Vol. IXX, No. 2, Desember 2015.
- Maftukhin. *Filsafat Islam*. Yogyakarta: Teras, 2012.
- Maksum, Ali. *Pengantar Filsafat: Dari Masa Klasik hingga Posmodernisme*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.

- Maulidia, Sabila. *Konsumsi Masyarakat Dalam Mengakses Berita Saat Pandemi*. 2021. <https://bpptik.kominfo.go.id/>, diakses tanggal 14 Feb 2022.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Murtiningsih, Wahyu. *Para Filsuf dari Plato Sampai Ibnu Bajjah*. Jogjakarta: IRGiSoD, 2012.
- Mutia, Annissa. *Bahaya Lingkungan di Balik Maraknya Belanja Online*. 2021 <https://katadata.co.id/>, diakses tanggal 2 Februari 2022.
- Nasr, Sayyed Hossein. *Ensiklopedi Tematis Filsafat Islam Buku Pertama*, Bandung: Mizan, 2003.
- Nindita, Hasya. *Bagaimana Industri Fashion Bertahan Selama Tahun Pandemi 2020*. 2020. tirto.id, diakses tanggal 23 Agustus 2021.
- Octaviana, Riana. Konsumerisme Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse. *JAQFI: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*. Vol. 5, No. 1, 2020.
- Pusparisa, Yosepha. *Kontroversi di Balik Industri 'Fast Fashion'*. 2021. [Katadata.co.id](https://katadata.co.id) diakses tanggal 22 Februari 2022.
- Putri, Veronica Kadista. "Fast Fashion", Budaya Konsumtif, dan Kerusakan Lingkungan. 2020. detik.com. diakses tanggal 21 Agustus 2021.
- Rahmat, Azwar. Konsep Perbandingan Geopolitik, Sosial Budaya dan Ekonomi Negara-Negara Maju dan Negara Berkembang. *Jurnal EDUKASIA MULTIKULTURA*, Vol. 3, No. 1, Februari 2021.
- Rohayedi, Eddy. & Maulina, Konsumerisme dalam Pespektif Islam Jurnal Transformatif, Hal. 32, Vol. 4, No. 1, April 2020.

- Ryadi, Agustinus. Postmodernisme Versus Modernisme. *Studia Philosophica et Theologica*. Vol. 4, No. 2, Oktober 2004.
- Saadah, Adidarus. & Komariyah, Alfiyatun. *Biografi dan Prespektif Al-Kindi Tentang Epistemologi*. 2018. <https://www.academia.edu/>, diakses tanggal 16 Februari 2022.
- Salam, B. *Etika Sosial : Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Sania, Made. *Bajumu Bikin Bumi Panas*. 2021. [Krisis Iklim.com](https://www.krisisiklim.com). diakses Tanggal 25 Januari 2022.
- Santia, Tira. *Riset: Penjualan E-Commerce Selama Pandemi Didominasi Produk Mode*. 2021. [Liputan6.com](https://www.liputan6.com). diakses tanggal 25 Januari 2022.
- Sari, Nur Indah. *Pemikiran Jean Baudrillard Tentang Simulacra Dalam Budaya Peniruan Produk Bermerek Menurut Islam*, diterbitkan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri walisongo, Semarang, Tahun 2017.
- Setyowati, Desy. *Mewaspada Banjir Impor Baju dan Sepatu di E-Commerce*, 2021. [Katadata.co.id](https://www.katadata.co.id) diakses 25 Januari 2022.
- Shinta, Fairus. *Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme*. *Jurnal Rupa*. Hal. 64, Vol. 03, No. 01, Juni 2018.
- Soleh, A, Khudori. *Filsafat Islam Dari Klasik Hingga Kontemporer*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Susanti, Reni. *Pandemi Covid-19, Penjualan Produk Mode Malah Melonjak*. 2020. [Kompas.com](https://www.kompas.com). diakses tanggal 22 Agustus 2021.

Suseno, Frans Magnis. *13 Tokoh Etika: Sejak Zaman Yunani Sampai Abad ke-19*.

Yogyakarta: Kanisius, 1997.

Tedjokesumodewi, Kunti. *Pengaruh Self-Esteem, Pengetahuan Keuangan dan Parental Authority Terhadap Perilaku Materialistis Mahasiswa Di Surabaya*. diterbitkan Jurusan Menejemen, Institut Perbanas. 2016.

Ternyata, Mayoritas Masyarakat Indonesia Percaya denngan Media. 2020.

<https://databoks.katadata.co.id/>, diakses tanggal 14 feb 2022.

Widjaja, Chiquita. *Konsumerisme: Masalah Seorang, Masalah Negara*. 2021.

<https://sdgsummit.id/>, dikases 4 Februari 2022.

Yusuf, Muhammad. *Terapi Mengatasi Kesedihan Menurut Al-Kindi*, diterbitkan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2007.

Zaprulkhan, *Filsafat Islam: Sebuah kajian Tematik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA