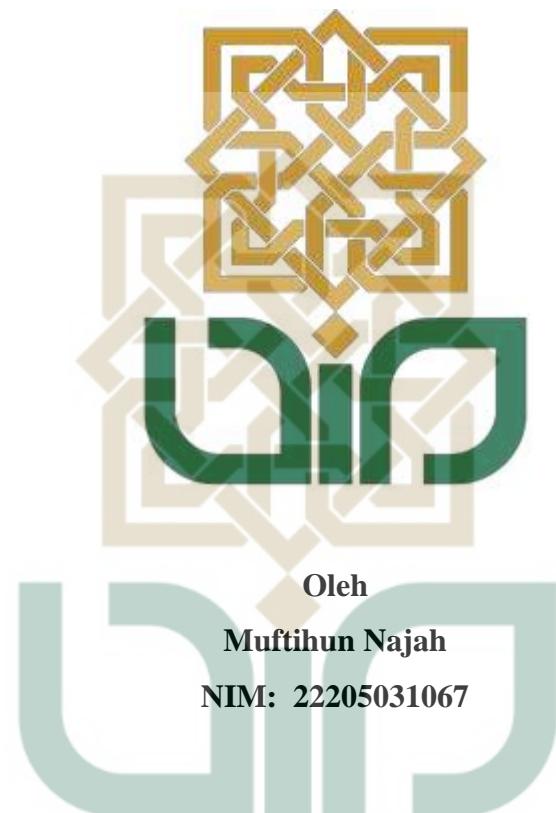


**ISRĀF DALAM HADIS NABI DAN RELEVANSINYA DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
TESIS
Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar
Magister Agama

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muftihun Najah
NIM : 22205031067
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi : Ilmu Hadis

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang direferensi sumbernya. Naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri dan terdapat plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 11 September 2024
Saya yang menyatakan,

Muftihun Najah
NIM: 22205031067





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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1869/Un.02/DU/PP.00.9/11/2024

Tugas Akhir dengan judul : ISRĀF DALAM HADIS NABI DAN RELEVANSINYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUFTIHUN NAJAH, S.Ag
Nomor Induk Mahasiswa : 22205031067
Telah diujikan pada : Rabu, 25 September 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Pengaji I Ketua Sidang
Dr. H. Agung Dasara, M.Aq.
SIGNED
Valid ID: 672314-004399

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
UNANKALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 25 September 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. H. Robby Habiba Abor, S.Ag., M.Hum.
SIGNED
Valid ID: 6745673456218

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister (S2)
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

ISRĀF DALAM HADIS NABI DAN RELEVANSINYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF

Yang ditulis oleh:

Nama	:	Muftihun Najah
NIM	:	22205031067
Fakultas	:	Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi	:	Ilmu Hadis

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Yogyakarta, 11 September 2024
Pembimbing



Dr. Agung Danarta, M.Ag

MOTTO

”الحياة فى ظلال القرآن“

“Hidup Dibawah Naungan Al-Qur'an”

الراحة في الجنة



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT dan Rosulullah Muhammad SAW dengan kerendahan hati, tesis ini saya persembahkan kepada:

Ayah Imron Rosadi dan Ibu Hartati tercinta, atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti. Setiap pencapaian ini adalah hasil dari pengorbanan dan kerja keras kalian. Terima kasih juga kepada Kakak Maulana Fahmi Albayan dan saudara kembarku Miftahun Najah atas kebersamaan dan dukungan yang selalu kalian berikan. Kalian adalah sahabat sejati.

Teman-teman Magister Ilmu Al-Qur'an, konsentrasi Ilmu Hadis, terima kasih atas dukungan dan diskusi yang berharga. Kalian telah menjadi keluarga kedua.



KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah swt., Tuhan Yang Maha Esa. Tuhan yang hanya satu-satunya pantas tuk disembah. Salawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. Beserta keluarga, para sahabat dan pengikutnya. Berkat rahmat dan ilmu yang Allah berikan kepada hambanya, penulis mampu menyelesaikan tesis yang berjudul “*Israf Dalam Hadis Nabi Relevansinya dengan Perilaku Konsumtif*”. Selama proses penyelesaian tesis ini, penulis menyadari hal ini bukanlah hal yang mudah dan remeh. Perjalanan untuk sampai pada titik ini bukanlah jalan yang mulus. Namun berkat pertolongan yang Allah berikan melalui hamba-hambanya yang penulis temui saat proses penyelesaian tesis ini, penulis mampu merampungkan tesis ini. Baik pihak-pihak yang telah membantu secara moril maupun materil serta selalu memberikan dukungan kepada penulis. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga
2. Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan izin dan dukungan dalam penulisan tesis ini.
4. Prof. Dr. Muhammad, M.Ag selaku dosen pembimbing akademik yang telah senantiasa memberikan nasihat dan pengajaran kepada penulis selama

menempuh studi program magister di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.

5. Dr. Agung Danarto. M.Ag selaku dosen pembimbing tesis yang tak pernah bosan memberikan arahan, bimbingan serta beberapa referensi terkait tesis penulis.
6. Dr. Muhammad Akmaluddin, M.S.I dan Subkhani Kususma Dewi, M.A., Ph.D. Selaku penguji tesis yang telah mengoreksi dan memberikan masukan dan arahan dalam tesis ini. Serta seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ayah Imron Rosadi dan Ibu Hartati tercinta, yang selalu menjadi pilar kekuatan dan sumber inspirasi dalam setiap langkah hidupku. Ayah, dengan kebijaksanaan dan keteguhan hatimu engkau mengajarkan ku untuk selalu teguh dalam situasi apapun, serta Ibu, dengan kasih sayang kesabaran yang tanpa batas dan ketulusanmu, kalian telah memberikan segalanya tanpa pamrih. Terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti. Setiap pencapaian ini adalah buah dari pengorbanan dan kerja keras kalian. Kakak Maulana Fahmi Albayan dan saudara kembarku Miftahun Najah Kehadiran kalian membuat perjalanan ini lebih bermakna dan penuh warna.
8. Teman-teman Magister Ilmu Al-Qur'an, konsentrasi Ilmu Hadis, yang telah menjadi sahabat dan rekan seperjuangan dalam menuntut ilmu. Terima kasih atas kebersamaan, diskusi, dan dukungan yang tak ternilai. Setiap momen bersama kalian adalah kenangan berharga yang akan selalu saya

ingat. Kalian telah menjadi keluarga kedua yang selalu memberikan semangat dan inspirasi.

Serta kepada seluruh pihak yang terlibat dalam perjalanan hidup penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam tulisan ini. Akhir kata, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, membantu dan berjasa kepada penulis. Semoga Allah swt memberikan balasan yang terbaik untuk mereka semua. Amiin.

Yogyakarta, 11 September 2024.

Penulis,



Muftihun Najah
NIM: 22205031067



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwa perilaku konsumtif, yakni mengonsumsi sesuatu secara berlebihan, menjadi salah satu permasalahan di era modern. Dalam Islam, perilaku ini dikenal sebagai *isrāf*, yang tidak hanya mencakup kebutuhan primer, tetapi juga menekankan pentingnya untuk tidak berlebih-lebihan, meskipun dalam hal kebutuhan mendasar. Hadis Nabi Muhammad SAW mengandung larangan untuk melakukan *isrāf*, karena perilaku berlebihan dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hadis-hadis terkait larangan *isrāf* dengan menggunakan teori ma'anil hadis, serta mengaitkannya dengan perilaku konsumerisme dalam membaca pola perilaku konsumtif di era modern. Penelitian ini akan menjawab tiga rumusan masalah utama, yaitu: *Pertama*, Bagaimana konsep *isrāf* dalam hadis? *Kedua*, Bagaimana pemahaman hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini? *Ketiga*, Bagaimana relevansi konsep *isrāf* dengan perilaku konsumtif masyarakat modern?

Sebagai upaya untuk menjawab tiga pernyataan diatas, maka penelitian ini berfokus pada analisis hadis-hadis larangan berbuat *isrāf*, khususnya pada redaksi yang sama dalam HR. An-Nasa'i [2512], HR. Ibn Majah [3595], dan HR. Ahmad [6408], dengan menggunakan pendekatan ma'anil hadis yang dikembangkan oleh Yusuf al-Qardhawi. Pendekatan ini berupaya menggali makna mendalam dari hadis-hadis tersebut. Setelah menemukan makna yang relevan, penelitian ini mengkaji pola konsumtif di era modern dengan menggunakan teori konsumerisme Jean Baudrillard, untuk melihat relevansi larangan *isrāf* dalam konteks perilaku konsumsi saat ini.

Hasil penelitian ini terdiri dari tiga kesimpulan. *Pertama*, Kata *isrāf* secara terminologi berarti berlebihan atau melampaui batas. Dalam hadis Nabi, *isrāf* mencakup perilaku yang melebihi kebutuhan yang sebenarnya, baik dalam hal pengeluaran harta maupun aspek lain dalam kehidupan. *Isrāf* berkaitan erat dengan perilaku konsumtif di masyarakat modern, di mana orang sering membeli atau menggunakan sesuatu secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang nyata. Menurut para ulama, *isrāf* tidak hanya berlaku untuk pengeluaran uang, tetapi juga pada tindakan lain yang melampaui batas kewajaran. Oleh karena itu, hadis-hadis Nabi mengajarkan kita untuk menghindari perilaku berlebihan dan mendorong hidup yang seimbang. *Kedua*, Pemahaman hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti makan, minum, bersedekah, dan berpakaian, yang masih relevan dalam menilai perilaku konsumtif modern. Contoh perilaku *isrāf* masa kini antara lain fenomena mukbang, di mana seseorang makan dalam porsi besar dalam satu waktu, penggunaan PayLater dalam berbelanja secara berlebihan, serta pamer kekayaan di media sosial. Hadis-hadis ini mengingatkan pentingnya menjaga keseimbangan dan menghindari pemborosan, terutama di era modern yang memfasilitasi perilaku konsumtif melalui media dan teknologi. *Ketiga*, Dalam konteks era modern, *isrāf* telah mengalami perubahan bentuk. Misalnya, *isrāf* dalam makan diwujudkan melalui fenomena *mukbang* di

media sosial, *isrāf* dalam berpakaian terkait dengan fenomena *flexing*, dan *isrāf* dalam membelanjakan harta dipengaruhi oleh metode pembayaran *PayLater*. Fenomena-fenomena ini menunjukkan bagaimana konsep *isrāf* tetap relevan dan dapat diidentifikasi dalam berbagai aspek perilaku konsumtif di era modern.

Kata kunci: Hadis-hadis *Isrāf*, Perilaku Konsumtif, *isrāf* di era modern.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa’	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
هـ	ha’	h	h
ءـ	hamzah	‘	apostrof
يـ	ya’	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعقدین ditulis muta‘aqqidīn

C. Ta’ Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة ditulis hibah

جزية ditulis jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء ditulis karāmah al-auliyā’

2. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harkat fathah, kasrah, ḥammah, ditulis dengan tanda t.

زكاة الفطر ditulis zakāt al-fitrī

D. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	a	a
—	kasrah	i	i
—	ḥammah	u	u

E. Vokal Panjang:

fathah + alif ditulis ā

جاهلية ditulis jāhiliyyah

fathah + ya’ mati ditulis ā

يسعى ditulis yas’ā

kasrah + ya’ mati ditulis ī

کریم

ditulis

karīm

dammah + wawu mati ditulis

ū

فروض ditulis

furūd

F. Vokal Rangkap

fathah + yā' mati ditulis

ai

بینکم

ditulis

bainakum

fathah + wawu mati ditulis

ditulis

au

قول

ditulis

qaulun

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ

ditulis

a'antum

أَعْدَتْ

ditulis

u'iddat

لَكُنْ شَكْرَتْمَ

ditulis

la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

الْقُرْآن

ditulis

al-Qur'ān

الْقِيَاس

ditulis

al-qiyās

2. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf

syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

السماء ditulis as-samā'

الشمس ditulis asy-syams

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض ditulis žawī al-furūḍ

أهل السنة ditulis ahl as-sunnah



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan.....	6
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB II TINJAUAN UMUM <i>ISRĀF</i>: PERILAKU <i>ISRĀF</i> DARI MASA KLASIK HINGGA KONTEMPORER	20
A. Keterkaitan <i>Isrāf</i> dengan Perilaku Konsumtif	20
1. Terminologi <i>Isrāf</i>	20
2. Perilaku Konsumtif	23
B. <i>Isrāf</i> Pada Zaman Nabi Muhammad saw.....	31
C. Ragam Perilaku <i>Isrāf</i> Masa Kontemporer	35
1. <i>Isrāf</i> dalam konsumsi makan	35
2. <i>Isrāf</i> dalam berpakaian.....	36
3. <i>Isrāf</i> dalam membelanjakan harta	39
BAB III TELAAH ATAS HADIS-HADIS <i>ISRĀF</i>.....	43
A. Hadis-Hadis <i>Isrāf</i> dan Syarh Para Ulama	43

1. <i>Takhrij</i> hadis	43
2. <i>Syarh</i> para ulama' tentang <i>isrāf</i>	49
B. Tinjauan Hadis Perspektif <i>Ma'anil Hadis Yusuf Qardhawi</i>	54
1. Memahami hadis sesuai petunjuk al-Qur`an	55
2. Menghimpun hadis-hadis setema.....	57
3. Memahami latar historis dan kondisi sosial masyarakat	59
4. Membedakan aspek <i>shawābit</i> (tujuan yang tetap) dan <i>mutagayyirāt</i> (sarana yang berubah)	61
5. Membedakan antara bahasa hakiki dan majas	63
6. Memastikan petunjuk makna kata-kata dalam hadis	65
BAB IV ANALISIS ATAS HADIS DAN RELEVANSINYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF KONTEMPORER	68
A. Perilaku <i>Isrāf</i> dalam Perspektif Konsumerisme.....	68
1. <i>Isrāf</i> ketika mengonsumsi makanan dan minuman.....	68
2. <i>Isrāf</i> ketika membelanjakan harta	71
3. <i>Isrāf</i> ketika berpakaian.....	74
B. Relevansi Hadis dengan Perilaku Konsumtif Masa Kini.....	77
1. Fenomena <i>mukbang</i>	77
2. Fenomena penggunaan <i>PayLater</i>	84
3. Fenomena <i>flexing</i>	93
C. Refleksi atas Hadis, <i>Isrāf</i> dan Perilaku Konsumtif Kontemporer 97	
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
RIWAYAT HIDUP	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Estimasi Pengeluaran Barang Konsumsi 2022	27
Gambar 2. Data Statistika Kunjungan Website E-Commerce.....	28
Gambar 3. Presentase Pembelian Barang Melalui E-Commerce Periode Januari 2023.....	29
Gambar 4. Data Statistika Pengguna E-Commerce di Indonesia	30
Gambar 5. Profil akun mukbang @tanboykun	81
Gambar 6. Video mukbang dalam akun @tanboykun.....	81
Gambar 7. Profil akun mukbang @tzuyang	82
Gambar 8. Video mukbang dalam akun @tzuyang.....	82
Gambar 9. Profil akun mukbang @cantomando	83
Gambar 10. Video mukbang dalam akun @cantomando	83
Gambar 11. Tingkatan Penggunaan PayLater Per-Tahun	89
Gambar 12. Flexing Merek Pakaian Indra Kenz	95
Gambar 13. Flexing Harga Pakaian Indra Kenz.....	95



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks Islam, perilaku konsumtif yang melewati batas kewajaran dan kebutuhan disebut sebagai *isrāf*, yang mengacu pada tindakan menggunakan suatu kebutuhan sesuai dengan tujuannya, namun melebihi batas dari apa yang sebenarnya diperlukan.¹ Perilaku berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan merupakan sebuah permasalahan yang terkait dengan perilaku konsumtif.² Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk mengonsumsi produk dan layanan dengan intensitas yang terus meningkat, dimotivasi oleh keinginan mendapatkan barang-baru yang lebih canggih, superior, dan berlimpah, bahkan melampaui kebutuhan esensial.³ Hal ini seringkali menjadi wujud pernyataan status sosial, pencapaian prestise, demonstrasi kekayaan, penonjolan keistimewaan, serta pemenuhan kepuasan pribadi melalui kepemilikan materi. Oleh karena itu, pengendalian perilaku konsumtif dan *isrāf* menjadi penting dalam konteks sosial dan agama, guna mencapai keseimbangan antara kebutuhan dan pemenuhan yang berkelanjutan.

Upaya untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai implikasi perilaku konsumtif atau *isrāf* di masa kini, perlu diperhatikan secara

¹ Ahmad Farikhin, “Konsep Manajemen Harta dalam Perspektif Hadis,” *Diroyah : Jurnal Studi Ilmu Hadis* 7, no. 1 (2022).

² Erich Fromm, *Revolusi Harapan Menuju Masyarakat Teknologi Yang Manusiawi*, trans. Kamdani (Yogyakarta: Pustaka Pelaja, 1996).

³ Eva Suminar dan Tatik Meiyuntari, “Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja,” *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia* 4, no. 2 (2016).

cermat bagaimana hadis-hadis membahas aspek-aspek terkait perilaku konsumtif atau *isrāf*. Penelusuran ini bertujuan untuk menggali konteks yang muncul dari hadis-hadis tersebut dan mendalami pemahaman terkait batasan yang harus kita pahami. Berdasarkan riwayat hadis Nabi Muhammad SAW, terdapat kutipan yang membahas beberapa aspek penggunaan kebutuhan yang memiliki potensi untuk menunjukkan perilaku berlebih-lebihan, seperti yang disampaikan dalam hadis berikut:

"حَدَّثَنَا يَزِيدُ بْنُ هَارُونَ أَخْبَرَنَا هَمَّامٌ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ عَمْرُو بْنِ شَعْبِيْنَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ كُلُّوا وَاشْرِبُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا إِنَّ حَمِيلَةً وَلَا سَرْفِ وَقَالَ يَزِيدُ مَرَّةً فِي عَيْرٍ إِسْرَافٍ وَلَا حَمِيلَةً"⁴

"Telah menceritakan kepada kami Yazid bin Harun telah mengabarkan kepada kami Hammam dari Qotadah dari 'Amru bin Syu'aib dari bapaknya dari kakeknya, dia berkata; bahwa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Salam bersabda: "Makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan berpakaianlah kalian dengan tidak merasa bangga dan sombong serta berlebih-lebihan." Kesempatan lain Yazid berkata: "dengan tidak isrof (berlebihan), dan tidak sombong."⁵ (HR. Ahmad, 6408)

Hadis tersebut menyoroti empat aspek kebutuhan manusia, yaitu makanan, minuman, bersedekah, dan pakaian, yang menekankan pentingnya kehati-hatian dalam menghindari perilaku yang berlebihan. Rasulullah dengan tegas memperingatkan agar perilaku berlebihan dalam empat aspek tersebut dihindari, mengingat bahwa makan, minum, bersedekah, dan berpakaian adalah kebutuhan yang harus dipenuhi setiap individu. Langkah pencegahan perlu dilakukan guna mencegah perilaku berlebihan yang dapat

⁴ Ahmad bin Hanbal, "Musnad Ahmad, Bab Musnad 'Abdillah bin 'Amr bin al-Āṣ, Juz 13" (CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018), 446.

⁵ Terjemahan diperoleh dari: Ahmad bin Hanbal, "Musnad Ahmad" (Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam, Lidwa Pusaka, 2015). dengan nomor hadis yang sama.

membahayakan baik diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan oleh kesadaran bahwa *isrāf* merupakan tindakan boros yang dilakukan semata untuk memenuhi keinginan diri tanpa keperluan yang sesungguhnya.⁶

Meskipun hadis tersebut memberikan arahan yang jelas untuk mencegah perilaku berlebih-lebihan, terdapat ambiguitas dalam menjelaskan batasan perilaku tersebut. Problem yang muncul adalah ketiadaan batasan yang spesifik dalam konteks makan, minum, bersedekah, dan berpakaian, menciptakan situasi di mana individu atau masyarakat menghadapi kesulitan dalam menentukan tindakan yang tepat. Evidensinya, hadis tidak memberikan pedoman konkret terkait jumlah atau bentuk perilaku berlebih-lebihan. Dengan demikian, kesulitan dalam menetapkan parameter ini dapat memunculkan interpretasi yang bervariasi dan memperluas perilaku konsumtif di masyarakat. Perlunya kajian lebih lanjut dan penafsiran yang cermat untuk mengatasi ambiguitas dalam hadis, sehingga dapat memberikan pedoman yang lebih konkret bagi individu dan masyarakat dalam menjalankan ajaran tersebut dengan bijak.

Kesulitan dalam menentukan batasan ini dapat menyebabkan interpretasi yang beragam dan perbedaan dalam praktik kehidupan sehari-hari. Sehingga, perlu kajian lebih lanjut dan interpretasi yang hati-hati untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami serta menjalankan petunjuk

⁶ Novita Sari dan Nur Ahmadi Bi Rahmani, “Pengaruh kepercayaan, harga dan ease of use terhadap perilaku konsumtif produk halal pada pengguna e-commerce,” *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen* 19, no. 3 (2023).

dalam hadis tersebut. Pertanyaan ini menyoroti kompleksitas dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif pada era modern mengalami perkembangan signifikan seiring evolusi masyarakat dan kemajuan teknologi. Kebutuhan primer manusia, yang pada awalnya terfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar seperti pangan dan pakaian, kini mengalami perluasan melibatkan aspek-aspek baru, terutama dengan maraknya penggunaan smartphone. Studi konsumen modern menunjukkan bahwa teknologi tersebut telah menjadi elemen integral dalam kehidupan sehari-hari.⁷ mengubah paradigma serta pola pengambilan keputusan konsumen.⁸

Masalah yang muncul dalam era digital adalah perluasan kebutuhan primer manusia, yang tidak lagi terbatas pada aspek makanan, minuman, dan pakaian, melainkan telah meluas hingga mencakup penggunaan gadget dan internet sebagai kebutuhan esensial. Penyebab dari perubahan ini adalah transformasi teknologi yang memasuki kehidupan sehari-hari manusia. Buktiunya, hampir setiap menit kita tidak dapat terlepas dari ketergantungan pada gadget dan internet. Hal ini menunjukkan bahwa manusia telah menjadikan kedua elemen tersebut sebagai kebutuhan pokok dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, perluasan makna *isrāf* (berlebih-lebihan) terlihat dalam penggunaan teknologi ini, karena manusia

⁷ Nazwa Salsabila Lubis dan Muhammad Irwan Padli Nasution, “Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat,” *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek* 01, no. 12 (2023).

⁸ Suhroji Adha, “Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur,” *Jipis* 31, no. 2 (2022).

cenderung mengalami ketidakseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan primer mereka. Sebagai kesimpulan, era digital telah membawa dampak signifikan terhadap perubahan kebutuhan manusia, dengan gadget dan internet menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, namun juga menyebabkan potensi *isrāf* yang perlu diperhatikan.

Beberapa penelitian telah menyoroti isu *isrāf* dalam konteks praktis yang terkait dengan kontekstualisasi *isrāf* di masa sekarang. Penelitian pertama mengidentifikasi bahwa fenomena konten *mukbang*, yang memamerkan pola makan berlebihan di media sosial, menjadi salah satu bentuk perilaku *isrāf* dalam konsumsi makanan.⁹ Penelitian kedua menunjukkan bahwa fenomena *flexing*, yakni menampilkan gaya hidup glamor dan konsumsi berlebihan di platform sosial, memiliki korelasi dengan perilaku *isrāf*. Selain itu,¹⁰ penelitian ketiga menyoroti bahwa penggunaan sistem pembayaran *PayLater* dalam e-commerce dapat menjadi faktor pendorong perilaku *isrāf*, karena memungkinkan konsumen untuk membeli dengan tidak mempertimbangkan keterbatasan finansial saat ini.¹¹

Dari beberapa literatur tersebut, penelitian ini lebih mengarah kepada menginvestigasi konteks hadis dengan teori ma’ani hadis Yusuf al-Qardhawi guna memperjelas interpretasi hadis Nabi Muhammad SAW dan Teori

⁹ Maysa Latifa dan Firani Putri, “Fenomena Mukbang Dalam Perspektif Hadits,” *El-Rusyd* 8, no. 1 (2023).

¹⁰ Zilal Afwa Ajidin and Nafkhatul Wahidah, “Fenomena Flexing Di Media Sosial Dan Kaitannya Dengan *Isrāf*,” *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE* 4, no. 1 (2023).

¹¹ Setiawan Bin Lahuri, Indah Taqiyah Mabarroh, dan Atina Rahma Mawaddah, “*Isrāf* ’s Behavior Towards The Use Of Pay Later In The Practice Of Selling And Purchasing In The Marketplace,” *IQTISHA Dequity jurnal MANAJEMEN* 5, no. 1 (2022).

Konsumerisme Jean Baudrillard guna melihat pola konsumsi di era Modern. Adapun perilaku konsumtif kontemporer yang dianalisis menggunakan teori konsumerisme berfokus pada tiga fenomena yakni *mukbang*, *PayLater* dan *flexing*, dengan dibatasi pada realitas yang terjadi di media sosial seperti Youtube, Instagram maupun sistem pembayaran dalam aplikasi seperti Shopee *PayLater* dan GoPay *PayLater*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka problem yang dirumuskan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep *isrāf* dalam hadis?
2. Bagaimana pemahaman hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini?
3. Bagaimana relevansinya dengan perilaku konsumtif masyarakat masa kini?

C. Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk membedah konsep *isrāf* dalam hadis serta memahami makna *isrāf* dan konteks apa saja yang ada didalamnya, serta bagaimana konsep ini dipahami dan diterapkan dalam konteks masyarakat saat ini. Konsep *isrāf* dalam hadis menjadi penting karena mengatur perilaku manusia terkait pengelolaan sumber daya dan kekayaan dengan bijak sesuai ajaran agama Islam. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara konsep *isrāf* dalam hadis dengan perilaku konsumtif yang sering kali menjadi ciri khas masyarakat modern.

Dengan memahami konsep ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana individu dan masyarakat dapat mengubah perilaku konsumtif mereka menjadi lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam literatur ilmiah, memperluas pemahaman kita tentang konsep *isrāf* dalam konteks agama Islam, serta memberikan panduan praktis untuk mewujudkan perilaku konsumtif yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran dalam literatur yang setema, penelitian terkait *Isrāf* dalam pola konsumsi modern untuk menganalisis kontribusi dan signifikansinya dalam perilaku konsumtif. Penelitian mengenai hadis-hadis Nabi yang mempertimbangkan *Isrāf* juga belum mendapatkan perhatian yang memadai dalam lingkup akademis. Meskipun demikian, beberapa studi terkait *Isrāf* dalam pola konsumsi modern telah memberikan kemungkinan untuk mengidentifikasi dan memetakan kecenderungan, tipologi, serta tren yang timbul dari hasil penelitian tersebut. Studi-studi sebelumnya yang relevan dengan topik ini dapat digolongkan menjadi dua bagian utama, yaitu pertama, penelitian yang mengulas tentang *Isrāf* dalam pola konsumsi pesfektif ilmu ekonomi; dan kedua, penelitian yang menyoroti tema hadis-hadis tentang *Isrāf* serta perilaku *isrāf* dalam masyarakat modern. Untuk mempermudah

identifikasi penelitian sebelumnya, penulis akan mengelompokkan riset-riset tersebut berdasarkan kategori-kategori yang telah disebutkan.

1. Riset Hadis-Hadis tentang *Isrāf*

Tinjauan literatur terhadap klasifikasi penelitian tentang *isrāf* dalam pola konsumsi dari perspektif ilmu ekonomi Islam memperincikan aspek-aspek dasar ekonomi Islam dari sudut pandang hadis, seperti yang dikemukakan oleh Achmad Saeful dan rekan-rekannya. Penelitian ini terfokus pada kategori-kategori yang terkait dengan konsumsi, yang seharusnya didasarkan pada prinsip-prinsip ketersediaan produk yang halal, pencapaian keseimbangan, serta pemeliharaan prinsip kesederhanaan, dengan mempertimbangkan mutu dan aspek moralitasnya.¹² Selanjutnya, dalam konteks etika konsumsi yang dilihat dari sudut pandang maqasid al-syari'ah yang dipaparkan oleh Atep Hendang Waluya, terlihat bahwa aspek pentingnya adalah untuk menghindari perilaku *isrāf* dan tabdzir, serta menghindari konsumsi makanan yang dilarang oleh Allah SWT.¹³ Sementara itu, analisis mengenai fenomena konsumerisme dalam konteks new media, terutama dalam penggunaan e-commerce, menyoroti bahwa perilaku konsumsi yang berlebihan dan tidak rasional cenderung dipicu oleh preferensi terhadap keinginan daripada kebutuhan esensial. Faktor

¹² Achmad Saeful, Ali Makfud, dan Setiya Afandi, "DASAR-DASAR EKONOMI ISLAM DALAM PERSPEKTIF HADITS," *Madani Syariah* 6, no. 2 (2023).

¹³ Atep Hendang Waluya et al., "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāsid Al-Sharī'ah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022).

pendorong perilaku tersebut teridentifikasi terutama dari kemudahan berbelanja yang ditawarkan melalui platform e-commerce.¹⁴

2. Riset *Isrāf* dalam Tinjauan Praktis

Dalam literatur yang lain, konten *mukbang* di platform YouTube telah menjadi subjek perhatian. Sebagai contoh, dalam kajian yang dilakukan oleh Maysa Latifa dkk, diutarakan bahwa *mukbang* digambarkan sebagai sebuah tayangan yang tidak baik karena menampilkan konsumsi makanan dalam jumlah besar dalam satu waktu. Hal ini secara kolektif dikenal bahwa mengonsumsi makanan melebihi kebutuhan kita merupakan perilaku yang mengarah kepada *isrāf*.¹⁵ Selain itu fenomena *flexing* (pamer harta) yang di teliti oleh Zilal Afwa Ajidin dkk menunjukkan bahwa perbuatan *flexing* adalah perbuatan yang dilarang dalam Islam karena sifat pamer kekayaan itu dinilai buruk dalam ajaran Islam dan termasuk kepada perilaku *isrāf* (berlebih-lebihan).¹⁶ mabarroh dan mawaddah berargument bahwa sistem pembayaran *PayLater* juga tidak luput dari faktor perilaku konsumtif yang mengakibatkan belanja secara implusif.¹⁷ Berdasarkan telaah tema hadis terkait konsep *isrāf* yang telah ditelusuri dalam takhrij, serta analisis syarah hadis yang dipaparkan oleh Yabqiah Rahmi, dapat disimpulkan bahwa praktik self-healing dalam aktivitas *online shopping* tanpa mempertimbangkan anggaran dan budget, serta berbelanja secara

¹⁴ Khoirun Niam, “Konsunerisme Dalam Penggunaan E-Commerce Dalam Perspektif Islam,” *Al-Washitoh: Jurnal Ilmu Agama* 4, no. 1 (22M).

¹⁵ Latifa dan Putri, “Fenomena Mukbang Dalam Perspektif Hadits.”

¹⁶ Ajidin and Wahidah, “Fenomena Flexing Di Media Sosial Dan Kaitannya Dengan *Isrāf*.”

¹⁷ Setiawan Bin Lahuri, Mabarroh, dan Mawaddah, “*Isrāf*’s Behavior Towards The Use Of Pay Later In The Practice Of Selling And Purchasing In The Marketplace.”

tidak proporsional terhadap kebutuhan, termasuk dalam kategori perilaku *isrāf*.¹⁸

Dari beberapa sumber literatur kajian terdahulu yang tersedia, penelitian sebelumnya cenderung menitikberatkan pada sudut pandang ekonomi dan Perilaku yang terindikasi *isrāf* di era modern. Namun, penelitian ini memiliki fokus yang berbeda dengan mengalihkan perhatian pada telaah mendalam terhadap literatur hadis yang terdapat dalam kitab-kitab hadis klasik, dan mengaplikasikannya melalui metode ma'anil hadis. Penelitian ini juga berupaya mengkontekstualisasikan pemahaman ini dalam pola konsumsi yang berlaku pada zaman kontemporer. Dengan menggunakan pendekatan konsumserisme Jean Baudrillard untuk memperluas cakupan dan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap isu *isrāf* dalam konteks pola konsumsi masa kini.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini terfokus pada analisis *isrāf* dalam Hadis Nabi Muhammad SAW dan korelasinya dengan perilaku konsumtif. Dalam konteks ini, diperlukan penerapan suatu kerangka teoritis khusus untuk menyelidiki permasalahan tersebut. Pendekatan yang diambil adalah Teori Ma'anil hadis yang dikembangkan oleh Yusuf al-Qardhawi, dipilih sebagai metode untuk mengkaji *isrāf* dalam hadis. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan

¹⁸ Yabqiah Rahmi, “Pencegahan Perilaku Boros sebagai Self -Healing dalam Penggunaan Online Shopping: Studi Takhrij dan Syarah Hadis,” *Jurnal Riset Agama* 1, no. 2 (2021).

Ma'anil hadis, yaitu mengungkap dan memahami makna-makna hadis yang terdapat dalam sejumlah matan hadis.¹⁹

Ilmu ma'anil hadis atau dikenal juga sebagai ilmu fiqh al-hadis atau faham hadis, merujuk pada cabang ilmu yang memfokuskan pada proses memahami dan menanggapi isi kandungan hadis.²⁰ Dalam konteks pemahaman hadis *isrāf*, teori interpretasi *fiqh al-hadis* memiliki peranan penting. Pemahaman yang berkembang terhadap hadis-hadis Nabi SAW kerap menimbulkan problematika terkait dengan realitas sosial. Oleh karena itu, keberadaan *fiqh al-hadis* menjadi sangat penting, mengingat teori ini memberikan suatu pendekatan pemahaman yang seimbang melalui model keseimbangan pembacaan yang komprehensif terhadap suatu hadis. Pendekatan ini membuka ruang wacana yang lebih luas, menghindari kesan parsial, dan memberikan interpretasi yang lebih holistik terhadap makna hadis-hadis tersebut.

Menurut Yusuf al-Qardhawi dalam karyanya *Kaifa Nata'āmal ma'a al-Sunnah al-Nabawiyah*. Al-Qardhawi membagi beberapa langkah penting dalam memahami hadis, yaitu:

1. Memahami hadis sesuai petunjuk Al-Qur'an.²¹ Pendapat ini sejalan dengan Fazlur Rahman, yang juga berpendapat bahwa untuk memahami hadis

¹⁹ Endad Musaddad, *Ilmu Ma'anil Hadis* (Serang: Media Madani, 2021). 6.

²⁰ Muhammad Afif, "Urgensi Wudhu dan Relevansinya Bagi Kesehatan (Kajian Ma'anil Hadits) dalam Perspektif Imam Musbikin," *Riwayah: Jurnal Studi Hadis* 3, no. 2 (2018).

²¹ Yusuf Al-Qardhawi, *Kaifa Nata'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyah* (Kairo: Dar al-Syuruq, 2000). 113.

secara menyeluruh, penting untuk memiliki pemahaman terhadap Al-Qur'an, terdapat hubungan signifikan di antara keduanya.²²

2. Menghimpun hadis-hadis setema.²³ Ini penting dilakukan untuk meminimalisasi kesalahan memahami makna hadis, sebab hadis memiliki beragam karakter seperti *muhkam* dan *mutasyābih*, *mutlaq* dan *muqayyad*, *nāsikh mansūkh*, dan lain sebagainya. Selain itu, perbedaan lafal dalam matan hadis merupakan faktor paling mendasar dalam cara yang kedua ini.
3. Mengompromikan hadis-hadis yang tampak saling bertentangan.²⁴ Pada hakikatnya, tidak ada hadis yang kontradiksi satu dengan yang lain, menurut al-Qardhawi, sehingga problem yang tampak kontradiksi dapat diselesaikan dengan cara kompromi.
4. Memahami teks hadis sesuai latar belakang historis dan kondisi sosial masyarakat.²⁵ Dengan mengetahui elemen-elemen tersebut, pembaca dapat membedakan apakah suatu hadis bersifat umum atau khusus, serta apakah berlaku untuk waktu tertentu atau secara permanen.
5. Membedakan aspek *śawābit* (tujuan yang tetap) dan *mutagayyirāt* (sarana yang berubah).²⁶ Artinya, tidak boleh mencampuradukkan antara tujuan sebenarnya dari sebuah hadis dengan sarana temporer atau lokal.
6. Membedakan antara bahasa hakiki dan majas.²⁷

²² Farah Nuril Izza, "Hermeneutika: Arah Baru Interpretasi Hadis (Studi Analisis Pemikiran Yusuf Al-Qardhawi Dalam Fatwa-Fatwanya)," *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 2 (2014).

²³ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 123

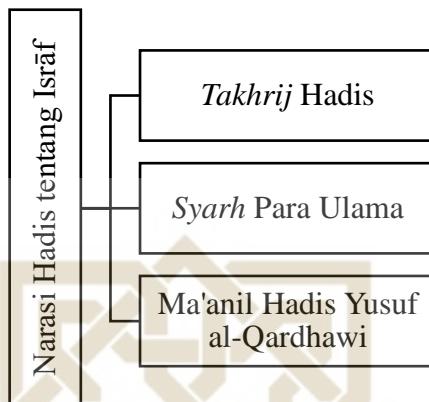
²⁴ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 133.

²⁵ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 145.

²⁶ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 159.

²⁷ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 175.

7. Membedakan antara yang gaib dan yang nyata.²⁸
8. Memastikan petunjuk makna kata-kata yang terkandung dalam hadis.²⁹



Gambar 1. Pemetaan Tinjauan atas Hadis-Hadis *Israf*

Adapun dalam menganalisis perilaku konsumtif sebagai bentuk relevansinya dengan *israf*, maka digunakan bantuan teori konsumersime milik Jean Baudrillard. Konsep ini muncul sebagai hasil kritik terhadap Das Kapital oleh Karl Marx yang mengulas nilai guna dan nilai tukar. Teori Konsumerisme menawarkan pandangan yang berbeda dengan menekankan pada makna simbolis dan nilai tanda suatu objek, sebaliknya dari pendekatan tradisional yang menilai objek berdasarkan kegunaannya.³⁰ Menurut Baudrillard, orientasi konsumerisme mencerminkan kondisi masyarakat yang tidak lagi membeli barang dengan mempertimbangkan skala prioritas kebutuhan atau kegunaan, melainkan lebih terfokus pada nilai tanda yang melekat pada barang tersebut, yang dapat memengaruhi gaya hidup individu.³¹

²⁸ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 191.

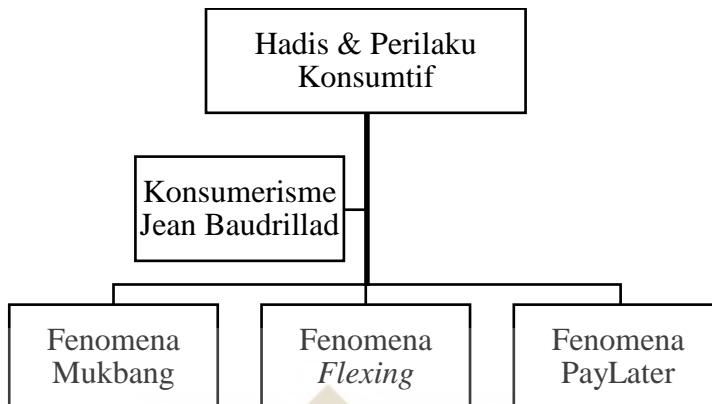
²⁹ Al-Qardhawi, *Kaifa Nata 'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah*. 197.

³⁰ Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, Reprinted, Theory, Culture & Society (Los Angeles: Calif.: SAGE, 2012). 57.

³¹ Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, Reprinted, Theory, Culture & Society. 57.

Budaya konsumerisme tercermin dari kecenderungan ini, yang dapat diidentifikasi melalui tanda-tanda tertentu dalam perilaku konsumtif masyarakat.

Tanda tersebut dikenal dengan istilah *Sign value* (Tanda dan Simbol Konsumtif, yakni memahami konsep tanda dan simbol konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Ini bisa termasuk pemahaman terhadap simbol-simbol konsumsi, seperti merek, status sosial, dan identitas yang terkait dengan barang atau layanan tertentu. *Sign value* kemudian memunculkan konsep *simulacra* (Simulasi Konsumen Virtual), Simulasi ini definisikan sebagai proses representasi dari suatu objek sebagai referensi yang pada akhirnya dianggap menggantikan objek aslinya. Ini dapat diukur melalui pemahaman dan respons partisipan terhadap pengaruh media, iklan, dan representasi konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk melengkapi konsep *simulacra* dalam memahami persepsi konsumen maka dibutuhkan *hyperreal consumerism* guna memahami ukuran tingkat *hyperreality* dalam perilaku konsumtif, yaitu sejauh mana konsumsi dianggap lebih nyata daripada kehidupan nyata. Ini dapat diidentifikasi melalui persepsi partisipan terhadap produk, merek, atau gaya hidup yang menciptakan pengalaman konsumtif yang melebihi realitas. Pada penelitian ini, ketiga unsur tersebut akan digunakan dalam membantu menganalisis fenomena konsumtif kontemporer yakni *mukbang*, *flexing* dan penggunaan *PayLater*.



Gambar 2. Bagan Analisis atas Fenomena Kontemporer

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dikaji oleh penulis adalah penelitian kepustakaan (*library research*) yang bersifat kualitatif yang mempunyai ciri deksriptif-interpretatif.³² Jenis penelitian ini menekankan pada upaya mendapatkan hasil yang mendalam melalui pengumpulan data-data secara luas. Adapun dalam praktiknya peneliti akan menelusuri sumber kepustakaan yang ada melalui berbagai karya-karya akademik baik berupa buku, kitab, jurnal maupun artikel yang bersangkutan dengan objek yang dipilih sebagai dasar dalam pembangunan argumen penelitian. Kemudian data-data tersebut dianalisis untuk mendapatkan hasil yang komprehensif.

2. Sumber Data

³² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018). 103.

Secara umum data adalah sesuatu yang dianggap serta diketahui.³³

Sumber data penelitian dibagi menjadi dua bentuk yakni data primer dan data sekunder.³⁴ Data primer dalam penelitian ini yakni berupa Al-Qur'an dan hadis-hadis *isrāf* serta menggunakan sumber terkait Kitab Ma'anil hadis Yusuf al-Qardhawi. Selain itu, data-data perilaku konsumtif diperoleh melalui media, di antaranya fenomena *mukbang* menggunakan tiga kreator @tanboykun; @tzuyang; dan @cantomando, dipilih sebagai sampel data yang masing-masing memiliki pengikut lebih dari 1 (satu) juta *subscriber*. Selanjutnya fenomena *PayLater* menggunakan data statistika dari situs-situs resmi guna melihat tingkat kenaikan penggunaan per tahunnya. Sementara fenomena *flexing* menggunakan akun instagram *influencer/selebgram* sebagai perwakilan dalam memperlihatkan perilaku konsumtif tersebut.

Adapun data sekunder diperoleh dari kitab-kitab hadis, Asbabul Wurud dan kitab syarah hadis untuk mendapatkan makna dalam matan hadis, juga buku-buku dan penelitian-penelitian yang berkaitan dengannya. Terdapat berbagai karya akademik yang dapat mendukung data dalam pembahasan ini baik berupa jurnal ilmiah, tesis maupun disertasi. Selain itu, tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa keilmuan lain yang dapat menambah dan membantu argumen yang akan dibangun oleh peneliti.

³³ Syafizal Helmi Sitomurang, *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis* (Medan: USU Press, 2010). 1.

³⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016). 15.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematik dan standar untuk mendapatkan data yang diperlukan.³⁵ Selaras dengan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini maka pengumpulan data yakni dengan cara menghimpun hadis-hadis tentang *isrāf*, kemudian menggali ma'nanya menggunakan analisis pendekatan ma'anil hadis Yusuf al-Qardhawi.

4. Teknik Analisis Data

Langkah berikutnya yakni analisis. Analisis data adalah bagian penting dalam penelitian untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesa. Oleh karena itu, dalam analisis data diperlukan kecermatan dan kekritisan dalam mengolah data yang telah terkumpul.³⁶ Karena dalam penelitian ini melibatkan teks matan Hadis dan data-data terkait prilaku Konsumtif maka diperlukan teori (interpretasi) berupa Ilmu Ma'anil Hadis.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan proses penelitian ini, agar masalah yang diteliti dapat dianalisa secara jelas dan tajam, maka penulisan sistematika sebagai berikut. Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah diadakannya penelitian, pokok masalah yang menjadi dasar dan dicari

³⁵ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011). 83.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2012). 426.

jawabannya, tujuan penelitian, tinjauan pustaka untuk menelaah buku-buku yang berkaitan dengan topik kajian yang telah dilakukan orang lain yang menjadi obyek penelitian, metode penelitian yang menerangkan metode-metode yang digunakan, dan sistematika pembahasan yang mengatur urutan-urutan pembahasan. Bab ini diuraikan sebagai gambaran mendasar yang menentukan isi penelitian.

Bab kedua berisi tinjauan umum mengenai perilaku *isrāf* dari masa klasik hingga kontemporer. Pembahasan diawali dengan hubungan antara *isrāf* dengan perilaku konsumtif dengan memaparkan secara definitif masing-masing keduanya. Bab ini juga memaparkan bentuk *isrāf* pada masa Nabi SAW serta ragam perilaku konsumtif yang umum terjadi di masa sekarang.

Bab ketiga meliputi pemaparan hadis-hadis Nabi Muhammad SAW. terkait dengan *isrāf* lengkap dengan sanad dan matan beserta terjemahannya. Kemudian teks-teks hadis tersebut ditinjau dari perspektif ma'ani hadis milik Yusuf *Qardhawi* untuk mendapatkan pemahaman mendetail terkait hadis-hadis *isrāf*.

Bab keempat berisi analisa atas keterkaitan hadis-hadis *isrāf* (yang telah ditinjau menggunakan pendekatan *ma'nil* hadis Yusuf al-Qardhawi) dengan perilaku konsumtif kontemporer dengan difokuskan pada tiga hal di antaranya fenomena *mukbang*, fenomena *flexing* dan fenomena penggunaan *PayLater*. Adapun pendekatan yang membantu dalam analisis pada bab ini yakni pendekatan konsumerisme.

Bab kelima merupakan penutup yang merupakan bagian akhir dari penelitian ini, di antaranya berisi kesimpulan dan saran.



BAB V **PENUTUP**

A. Kesimpulan

Dari penjabaran dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai “*Isrāf* dalam Hadis Nabi dan Relevansinya dengan Perilaku Konsumtif”, maka jawaban atas tiga rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini di antaranya pertama, bagaimana konsep *isrāf* dalam hadis; kedua, bagaimana pemahaman hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini?; dan ketiga, bagaimana relevansinya dengan perilaku konsumtif masyarakat masa kini?, telah diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kata *isrāf* secara terminologi berarti berlebihan atau melampaui batas.

Dalam hadis Nabi, *isrāf* mencakup perilaku yang melebihi kebutuhan yang sebenarnya, baik dalam hal pengeluaran harta maupun aspek lain dalam kehidupan. *Isrāf* berkaitan erat dengan perilaku konsumtif di masyarakat modern, di mana orang sering membeli atau menggunakan sesuatu secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang nyata. Menurut para ulama, *isrāf* tidak hanya berlaku untuk pengeluaran uang, tetapi juga pada tindakan lain yang melampaui batas kewajaran. Oleh karena itu, hadis-hadis Nabi mengajarkan kita untuk menghindari perilaku berlebihan dan mendorong hidup yang seimbang.

2. Pemahaman hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti makan, minum, bersedekah, dan berpakaian, yang masih relevan dalam menilai perilaku konsumtif modern. Contoh perilaku

isrāf masa kini antara lain fenomena mukbang, di mana seseorang makan dalam porsi besar dalam satu waktu, penggunaan PayLater dalam berbelanja secara berlebihan, serta pamer kekayaan di media sosial. Hadis-hadis ini mengingatkan pentingnya menjaga keseimbangan dan menghindari pemborosan, terutama di era modern yang memfasilitasi perilaku konsumtif melalui media dan teknologi.

3. Dalam konteks era modern, *isrāf* telah mengalami perubahan bentuk. Misalnya, *isrāf* dalam makan diwujudkan melalui fenomena *mukbang* di media sosial, *isrāf* dalam berpakaian terkait dengan fenomena *flexing*, dan *isrāf* dalam membelanjakan harta dipengaruhi oleh metode pembayaran *PayLater*. Fenomena-fenomena ini menunjukkan bagaimana konsep *isrāf* tetap relevan dan dapat diidentifikasi dalam berbagai aspek perilaku konsumtif di era modern.

B. Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang perlu untuk dikaji lebih mendalam di masa mendatang. Oleh karena itu, penulis berharap adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai *isrāf* dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif di era digital. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas studi ini dengan menggunakan teori perilaku konsumen yang berbeda atau mengeksplorasi hadis yang sama dalam konteks fenomena lain yang lebih relevan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang

lebih luas dan mendalam tentang relevansi ajaran Nabi terkait isrāf dengan berbagai manifestasi perilaku konsumtif di era modern.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Dudung. "Israf dan Tabdzir: Konsepsi Etika-Religius dalam Al Qur'an dan Perspektif Materialisme-Konsumerisme." *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan* 21, no. 1 (2005).
- Adha, Suhroji. "Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur." *Jipis* 31, no. 2 (2022).
- Afif, Muhammad. "Urgensi Wudhu dan Relevansinya Bagi Kesehatan (Kajian Ma'anil Hadits) dalam Perspektif Imam Musbikin." *Riwayah: Jurnal Studi Hadis* 3, no. 2 (2018).
- Ajidin, Zilal Afwa, dan Nafkhatul Wahidah. "Fenomena Flexing di Media Sosial dan Kaitannya dengan Isrāf." *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE* 4, no. 1 (2023).
- Al-Adawi, Ahmad. *Ihdā Ad-Dībājah Bi Syarḥ Sunan Ibn Mājah*. Vol. 1. Maktabah Dar al-Yaqin, n.d.
- Al-Ashfahani, Ar-Raghib. *Mu'jam Mufradat Alfaz Al-Qur'an*. Beirut: Dar Al-Kotob Al-ilmiyah, 2013.
- Al-Asqalānī, Ibn Ḥajar. *Fath Al-Bārī*. Vol. 10. Kairo: Dar ar-Rayyan, 1986.
- Al-Bukhari, Imam. "Ṣahīḥ al-Bukhārī, Bab Qaulillāhi Ta'āla: Qul Man Ḥarrama Zīnatallāh allatī `Akhraja Li'ibādih, Juz 18." CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018.
- _____. "Shahih Bukhari." Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam, Lidwa Pusaka, 2015.
- Al-Jawi, Al-'Allamah Asy-Syekh Muhammad Nawawi. *TAFSIR AL-MUNĪR (Marāḥ Labīd)*. Diterjemahkan oleh Bahrun Abu Bakar. 2 ed. Vol. 2. Bandung: Penerbit Sinar Baru Algesindo, 2017.
- Al-Maraghi, Ahmad Mustafa. *Tafsir al-Maraghi*. Semarang: Toha Putra, 1993.
- Al-Mubarakfuri, Safiyyurrahman. "al-Misbahul Munir Fi Tahzibi Tafsiri Ibn Kasir." diedit oleh Ahmad Saikhu. Terjemahan. Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2016.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Kaifa Nata 'āmal Ma 'a al-Sunnah al-Nabawiyah*. Kairo: Dar al-Syuruq, 2000.
- Al-Uṣaimīn, Muḥammad bin Ṣāliḥ. *Fath ḽī Al-Jalāl Wa al-Ikrām Bi Syarḥ Bulūgh*

- al-Marām*. Kairo: al-Maktabah al-Islamiyyah, 2006.
- An-Nasa'i, Ahmad bin Syua'ib. *Sunan an-Nasa'i*. Aleppo: Maktabah al-Mathbuat al-Islamiyah, 1986.
- An-Nasa'i, Imam. "Sunan an-Nasā'ī, Bab al-Ikhtiyāl fī aṣ-Ṣadaqah, Juz 8." CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018.
- . "Sunan Nasa'i." Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam, Lidwa Pusaka, 2015.
- An-Nawawy, Imam. *Shahīh Muslim Bi Syarhī-Nawawi, Tahqīq: 'Ishām Ash-Shababīthī (Terjemah Syarah Shahīh Muslim)*. Diterjemahkan oleh Wawan Djunaedi Soffandi. Vol. 1. Jakarta Selatan: Penerbit MUSTAQIIM, 2002.
- Asharudin, Ropip. "Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital." *Gunung Djati Conference Series* 24 (2023): 906–921.
- Baudrillard, Jean. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Diterjemahkan oleh Charles Levin. United States of America: Telos Press, 1981.
- . *The Consumer Society: Myths and Structures, Reprinted, Theory, Culture & Society*. Los Angeles: Calif.: SAGE, 2012.
- . *The Consumer Society (Myths and Structures)*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1998.
- Departemen Riset Statista. "Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia 2020-2029." *Statista*. Last modified 2024. Diakses September 30, 2024. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>.
- Entwistle, Joanne. *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*. 2 ed. Malden: Polity Press, 2015.
- Farda, Vira Rana. "Mukbang Analisis Patologi Sosial Tentang Konsumsi Makanan Ekstrem Di Internet." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (2023): 348.
- Farikhin, Ahmad. "Konsep Manajemen Harta dalam Perspektif Hadis." *Diroyah : Jurnal Studi Ilmu Hadis* 7, no. 1 (2022).
- Faris, Al-Razi Ahmad Bin. *Maqoyi Al-Lughah*. Beirut: Dar al-Fikri, 1979.
- Fauzan, ahmad. "Analisis aktivitas mukbang di sosial media perspektif konsumsi islam dan maqashid syariah." *El-Iqtishod* 7, no. 2 (2023): 54–69.
- Featherstone, Mike. *Consumer Culture and Postmodernism*. Diedit oleh 2. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: SAGE Publications, 2007.

- Fletcher, Kate. *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Malta: Gutenberg Press, 2008.
- Fromm, Erich. *Revolusi Harapan Menuju Masyarakat Teknologi Yang Manusiawi*. Diterjemahkan oleh Kamdani. Yogyakarta: Pustaka Pelaja, 1996.
- Furqon, Imahda Khoiri. “TEORI KONSUMSI dalam ISLAM.” *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2018): 1–18.
- Hanbal, Ahmad bin. “Musnad Ahmād, Bab Musnad ’Abdillah bin ’Amr bin al-Āṣ, Juz 13.” CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018.
- _____. “Musnad Ahmād, Bab Musnad ’Abdillah bin ’Amr bin al-Āṣ, Juz 14.” CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018.
- _____. “Musnad Ahmad.” Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam, Lidwa Pusaka, 2015.
- Hanbal, Ahmad Ibn. *Musnad Ahmad*. Beirut: Mu’assasah ar-Risalah, 2001.
- Herindar, Evania. “Investasi Digital: Solusi Menekan Perilaku Konsumtif Milenial.” *pajak.com*. Last modified 2022. Diakses September 30, 2024. <https://www.pajak.com/pwf/investasi-digital-solusi-menekan-perilaku-konsumtif-milenial/>.
- Itr, Nūruddīn. *Ilām al-Anām Bi Syarḥ Bulūgh al-Marām Min Aḥādīṣ al-Ahkām*. Vol. 4. Damaskus: Maktabah al-Yamamah, 1986.
- Izza, Farah Nuril. “Hermeneutika: Arah Baru Interpretasi Hadis (Studi Analisis Pemikiran Yusuf Al-Qardhawi Dalam Fatwa-Fatwanya).” *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 2 (2014).
- Juita, Verni, Vera Pujani, Rida Rahim, dan Rita Rahayu. “Understanding Impulsive Buying Behaviour Among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and its Implication for Overconsumption and The Environment.” *Management Analysis Journal* 12, no. 4 (2023): 433–440.
- Kementrian Agama RI. “Qur'an Kemenag In MS. Word.” Qur'an in Microsoft Word dan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an (LPMQ), 2019.
- Latifa, Maysa, dan Firani Putri. “Fenomena Mukbang Dalam Perspektif Hadits.” *El-Rusyd* 8, no. 1 (2023).
- Lubis, Nazwa Salsabila, dan Muhammad Irwan Padli Nasution. “Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat.” *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek* 01, no. 12 (2023).
- Majah, Imam Ibn. “Sunan Ibn Mājah, Bab al-Bas Mā Syi’ta, Juz 10.” CD al-

- Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018.
- . “Sunan Ibn Mājah, Bab Mā Jā`a fī al-Qaṣd fī al-Wuḍū`, Juz 2.” CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software, 2018.
- . “Sunan Ibnu Majah.” Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam, Lidwa Pusaka, 2015.
- Makarim, dr. Fadhl Rizal. “Cek Fakta: Bahaya Mukbang Bagi Kesehatan.”
- Manzur, Ibn. *Lisan Al-Arab*. Juz 9. Lebanon: Dar Al-Khotob Al-Ilmiyah, 2009.
- Marcomm. “Statistik Perilaku Konsumen Tahun 2022 yang Perlu Kamu Ketahui untuk Bisnis dan Penjualanmu.” *Jet Commerce*. Last modified 2022. <https://jetcommerce.co.id/update/statistik-perilaku-konsumen-tahun-2022-yang-perlu-kamu-ketahui-untuk-bisnis-dan-penjualanmu/#:~:text=Menurut%20data%20dari%20GWI%20Commerce,dunia%20serba%20digital%20saat%20ini>.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Murtopo, Bahrun Ali. “Etika Berpakaian dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam.” *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan* 1, no. 2 (2017).
- Musaddad, Endad. *Ilmu Ma'anil Hadis*. Serang: Media Madani, 2021.
- Niam, Khoirun. “Konsumerisme Dalam Penggunaan E-Commerce Dalam Perspektif Islam.” *Al-Washitoh: Jurnal Ilmu Agama* 4, no. 1 (22M).
- Nurhayati-Wolff, Hanadian. “Metode pembayaran e-commerce terkemuka di Indonesia 2023.” *Statista*. Last modified 2024. Diakses September 30, 2024. <https://www.statista.com/statistics/895544/e-commerce-payment-methods-indonesia/>.
- Oktavianingtyas, I., Alexander Seran, dan Ridzki Rinanto Sigit. “Jean Baudrillard and His Main Thought.” *Propaganda* 1, no. 2 (2021): 113–121.
- Purwanti, Silviana. “Melihat Dunia dengan Simulakra (Mengkaji Baudrillard dan Masyarakat Konsumsi).” *Jurnal Komunikatif* 11, no. 2 (2022): 220–230.
- Rachel, Rahmi, dan Rakhmadsyah Putra Rangkuty. “Konsumerisme Dan Gaya Hidup Perempuan Di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri Di Lingkungan FISIP UNIMAL.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 1, no. 1 (2020).
- Rahmi, Yabqiah. “Pencegahan Perilaku Boros sebagai Self -Healing dalam Penggunaan Online Shopping: Studi Takhrij dan Syarah Hadis.” *Jurnal Riset Agama* 1, no. 2 (2021).

- Ratuwalu, Barnabas. "Transisi masyarakat agraris menuju masyarakat industrial Indonesia." *Journal of Industrial Engineering* 1, no. 2 (2016): 1–9.
- Saeful, Achmad, Ali Makfud, dan Setiya Afandi. "DASAR-DASAR EKONOMI ISLAM DALAM PERSPEKTIF HADITS." *Madani Syariah* 6, no. 2 (2023).
- Safitri, Ruliani, dan Nurlizam Nurlizam. "Analisis Praktik Tabzir Dan Israf Dalam Konten Mukbang Perspektif Tafsir Al-Misbah." *Indo Green Journal* 2, no. 1 (2024).
- Sari, Novita, dan Nur Ahmadi Bi Rahmani. "Pengaruh kepercayaan, harga dan ease of use terhadap perilaku konsumtif produk halal pada pengguna e-commerce." *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen* 19, no. 3 (2023).
- Saumantri, Theguh, dan Abdu Zikrillah. "Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 2 (2020): 247.
- Setiawan Bin Lahuri, Indah Taqiyah Mabarroh, dan Atina Rahma Mawaddah. "Isrāf 's Behavior Towards The Use Of Pay Later In The Practice Of Selling And Purchasing In The Marketplace." *IQTISHA Dequity jurnal MANAJEMEN* 5, no. 1 (2022).
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian al-Quran*. Vol. 17. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Misbah*. 4 ed. Tangerang: PT. Lentera Hati, 2021.
- . *Tafsir Al-Misbah*. Vol. 4. Tangerang: PT. Lentera Hati, 2021.
- . *Tafsir Al-Misbah*. Vol. 9. Tangerang: PT. Lentera Hati, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2012.
- Suminar, Eva, dan Tatik Meiyuntari. "Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja." *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 4, no. 2 (2016).
- Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*. New York: Columbia University Press, 1899. <https://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf>.
- Waluya, Atep Hendang, Sirajul Arifin, Abu Yasid, dan Iskandar Ritonga. "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāṣid Al-Sharī'ah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022).
- Wilson, Elizabeth. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. New Brunswick:

Rutgers University Press, 2003.

Yonatan, Agnes Z. "Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir." *GoodStats*. Last modified 2024. Diakses Agustus 22, 2024. <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL>.

Yunus, Mahmud. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta: PT. Mahmud Yunus Wadzurriyyah, 1989.

"Tahžīb al-Kamāl dalam Gawami' al-Kalim." Qatar: Lembaga Idarah al-Ammal lil Awqaf wa as-Syuun Islamiyah dengan Islamweb.net, 1988.

