

BAB IV

ANALISIS MAKNA *ISRÂF* DAN RELEVANSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DIGITAL

Bab ini menyajikan analisis makna *isrâf* dalam Al-Qur'an dan relevansinya terhadap perilaku konsumtif masyarakat digital. Uraian pada bab ini memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana makna *isrâf* direlevansikan dalam perilaku konsumtif, sekaligus menjadi pengantar untuk mengeksplorasi dampak dan solusinya dalam perspektif Al-Qur'an.

Pembahasan dalam bab ini mencakup beberapa bagian, yaitu analisis makna *isrâf* dalam Al-Qur'an, relevansi *isrâf* dalam perilaku konsumtif masyarakat digital, dampak perilaku *isrâf*, serta upaya untuk menghindari perilaku konsumtif masyarakat digital.

A. Analisis Makna *Isrâf* dalam Al-Qur'an

Berdasarkan hasil analisis terhadap penafsiran Q.S. Al-An'âm/6:141, Q.S. Al-A'râf/7:31, dan Q.S. Al-Furqân/25:67, penelitian ini menemukan bahwa makna *isrâf* dalam Al-Qur'an tidak hanya dipahami sebagai perilaku mengeluarkan harta secara berlebihan. Makna tersebut dirumuskan melalui sintesis terhadap penafsiran para mufasir yang menjadi sumber utama penelitian. Makna *isrâf* yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. *Isrâf* merupakan perilaku melampaui batas dalam memanfaatkan nikmat Allah Swt.

Makna ini dirumuskan melalui sintesis antara makna kebahasaan *isrâf* menurut Ibnu Manzur dalam *Lisân al-'Arab* dengan penafsiran M. Quraish Shihab terhadap Q.S. Al-A'râf/7:31. *Isrâf* dipahami sebagai sikap melampaui batas (*mujâwazah al-hadd*) dalam menggunakan nikmat Allah. Dengan demikian, *isrâf* tidak hanya berkaitan dengan banyaknya harta yang digunakan, tetapi mencakup setiap bentuk penggunaan nikmat yang melampaui batas kewajaran.¹

2. *Isrâf* tidak hanya diukur dari jumlah pengeluaran, tetapi juga dari manfaat dan tujuan penggunaan harta.

Makna ini merupakan sintesis dari penafsiran Wahbah al-Zuhaili terhadap Q.S. Al-An'âm/6:141, HAMKA terhadap Q.S. Al-Furqân/25:67, serta Abu Yahya Marwan bin Musa terhadap Q.S. Al-A'râf/7:31. Ketiga mufasir tersebut menunjukkan bahwa ukuran *isrâf* tidak semata-mata terletak pada besar kecilnya pengeluaran, melainkan pada apakah harta digunakan secara tepat, memberikan kemaslahatan, dan tidak dihabiskan untuk hal-hal yang tidak semestinya.²

3. *Isrâf* bertentangan dengan prinsip keseimbangan (*qawâm*) dalam penggunaan harta.

Makna ini dirumuskan berdasarkan sintesis penafsiran Ibnu Katsir, Wahbah al-Zuhaili, dan HAMKA terhadap Q.S. Al-Furqân/25:67. Ketiganya menegaskan

¹Manzur, *Lisân al-'Arab*, (Beirut, Darul Fikri, 1386 H), dalam <https://arabiclexicon.hawramani.com/%d8%b3%d8%b1%d9%81/?book=3>, diakses pada 29 Juni 2026; Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol. 5, 76.

²Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.4, 347-348; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 7, 5060; Abu Yahya Marwan bin Musa, *Tafsir Hidayatul Insan*, vol. 2, t.t. dalam www.tafsir.web.id, 10.

bahwa Al-Qur'an mengajarkan prinsip *qawâm*, yaitu menggunakan harta secara pertengahan, tidak berlebihan dan tidak pula kikir. Oleh karena itu, penggunaan harta harus dilakukan secara proporsional sesuai kebutuhan, kemampuan, dan tanggung jawab.³

4. *Isrâf* menunjukkan penggunaan harta yang tidak sesuai dengan amanah Allah Swt.

Makna ini dirumuskan melalui sintesis penafsiran Wahbah al-Zuhaili terhadap Q.S. Al-An'âm/6:141, HAMKA terhadap Q.S. Al-A'râf/7:31, serta Ibnu Katsir terhadap Q.S. Al-Furqân/25:67. Penafsiran para mufasir tersebut menunjukkan bahwa harta merupakan nikmat yang dianugerahkan Allah untuk dimanfaatkan secara benar, seimbang, dan bertanggung jawab. Penggunaan harta yang melampaui batas, mengabaikan hak-hak yang harus ditunaikan, atau dimanfaatkan untuk hal-hal yang tidak semestinya mencerminkan penyimpangan dari amanah tersebut. Atas dasar itu, *isrâf* tidak hanya dipahami sebagai perilaku boros, tetapi juga sebagai bentuk penggunaan harta yang tidak sejalan dengan tanggung jawab yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an.⁴

B. Relevansi Ayat *Isrâf* dalam Perilaku Konsumtif Masyarakat Digital

Pembahasan pada bagian ini difokuskan pada makna *isrâf* dalam Al-Qur'an dan relevansinya terhadap perilaku konsumtif. Jika pada bab sebelumnya *isrâf* dikaji melalui penafsiran ayat, maka pada bagian ini pembahasan diarahkan pada bentuk-

³Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, vol. 6, 128-129; al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.10, 119; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 7, 5061.

⁴Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.4, 347-348; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 4, 2353; Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, vol. 6, 128-129.

bentuk perilaku konsumtif yang memiliki keterkaitan dengan *isrâf*. Analisis relevansi tersebut disusun berdasarkan hasil penafsiran ayat-ayat *isrâf* yang telah dikaji pada bab sebelumnya, sehingga keterkaitan yang dibangun tidak bersifat subjektif, melainkan berlandaskan makna yang terkandung dalam ayat-ayat tersebut. Dalam konteks masyarakat digital, kemudahan akses serta berbagai fitur digital turut memengaruhi pola konsumsi, sehingga perilaku *isrâf* dapat tercermin dalam berbagai aspek sebagai berikut.

1. Pembelian Barang yang Kurang Bermanfaat

Salah satu bentuk perilaku konsumtif pada masyarakat digital adalah pembelian barang yang kurang memberikan manfaat. Perilaku ini tidak hanya terlihat dari banyaknya barang yang dibeli, tetapi juga dari fungsi barang tersebut setelah dimiliki. Fenomena ini dapat dilihat dari kebiasaan membeli barang karena sedang viral, memiliki bentuk yang menarik, atau sekadar mengikuti tren yang berkembang di media sosial.⁵ Tidak sedikit barang yang dibeli hanya karena rasa tertarik sesaat, namun setelah sampai justru jarang digunakan dan akhirnya hanya disimpan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan harta terkadang tidak lagi sepenuhnya mempertimbangkan manfaat dari barang yang dibeli.⁶

Salah satu contohnya dapat dilihat pada fenomena boneka Labubu yang sempat viral di media sosial dan *marketplace*. Labubu merupakan boneka karakter berbulu karya seniman Hong Kong bernama Kasing Lung yang menjadi populer setelah sering muncul dalam unggahan Lisa BLACKPINK di media sosial.

⁵Fransisca dan Erdiansyah, "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif," 436.

⁶Roro Agung Prihatini dan Susanto, "Pengaruh Motif Hedonis dan Browsing Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pembelian Online Produk Fashion," *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 6, No. 2, September 2015, 356.

Popularitas tersebut kemudian mendorong munculnya tren pembelian di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dalam penelitian Vera Maria dkk., dijelaskan bahwa pembelian boneka Labubu dipengaruhi oleh *fear of missing out* (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal dari tren yang sedang ramai. Kondisi ini membuat sebagian konsumen terdorong membeli produk karena pengaruh viralitas, keterbatasan stok, dan keinginan mengikuti tren, bukan semata-mata karena kebutuhan atau fungsi barang tersebut.⁷

Fenomena membeli barang karena viral dan mengikuti tren tanpa manfaat dapat dikaitkan dengan penafsiran Q.S. Al-An‘âm/6: 141,

وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَعَيْرٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكُلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ
مُتَشَابِهًا وَعَيْرٍ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ ﴿١٤١﴾

“Dialah yang menumbuhkan tanaman-tanaman yang merambat dan yang tidak merambat, pohon kurma, tanaman yang beraneka ragam rasanya, serta zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak serupa (rasanya). Makanlah buahnya apabila ia berbuah dan berikanlah haknya (zakatnya) pada waktu memetik hasilnya. Akan tetapi, janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Meskipun pada dasarnya ayat ini berfokus pada pembahasan hasil panen dan pemanfaatan nikmat yang diberikan Allah, dalam penafsirannya dijelaskan bahwa penggunaan harta dan nikmat tersebut harus tetap dilakukan secara seimbang dan tidak digunakan pada hal-hal yang tidak semestinya. Larangan *isrâf* dalam ayat ini juga berlaku meskipun terhadap sesuatu yang halal, karena yang

⁷Vera Maria dkk. “Analisis *Fear of Missing Out* (FOMO) Labubu Terhadap Pembelian Impulsif di Kalangan Masyarakat Indonesia,” *Menawan: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, Vol. 3, No. 1, 2025, 134.

menjadi persoalan bukan hanya halal atau haramnya suatu barang, tetapi cara penggunaan harta yang melampaui batas dan tidak proporsional. Sikap berlebihan tersebut dapat membawa kerugian bagi diri sendiri karena harta digunakan tanpa mempertimbangkan manfaat yang benar-benar dibutuhkan.⁸

Dengan demikian, penafsiran di atas relevan dengan perilaku konsumtif yang sering mendorong seseorang membeli barang karena viralitas, tren, atau *fear of missing out* (FOMO), sehingga barang dibeli bukan berdasarkan kebutuhan dan manfaat yang jelas, melainkan karena dorongan ingin mengikuti sesuatu yang sedang populer.

2. Pembelian Melebihi Kebutuhan

Salah satu bentuk perilaku konsumtif lainnya pada masyarakat digital adalah pembelian barang dalam jumlah yang melebihi kebutuhan. Dalam Q.S. Al-A‘râf/7: 31, Allah Swt. berfirman:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَا زَيْنَتَكَ مِمَّا عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَاَلَّا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Larangan *isrâf* dalam ayat ini tidak hanya berkaitan dengan konsumsi makanan dan minuman, melainkan juga mencakup perilaku berlebih-lebihan dalam berbelanja serta menggunakan sesuatu yang halal secara tidak proporsional. Penggunaan harta karena itu harus dilakukan secara seimbang sesuai kebutuhan dan kondisi masing-masing, sebab ukuran “berlebihan” dapat berbeda pada setiap

⁸Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.4, 347-348; al-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur*, vol. 2, 1322; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 3, 2217.

orang. Sikap berlebih-lebihan dalam pengeluaran juga dapat membawa dampak buruk bagi kehidupan, termasuk terganggunya kestabilan ekonomi diri dan rumah tangga akibat penggunaan harta yang tidak terarah dan tanpa pertimbangan yang matang.⁹

Penjelasan tafsir di atas relevan dengan perilaku konsumtif yang sering mendorong seseorang membeli barang dalam jumlah lebih banyak dari yang sebenarnya diperlukan. Kemudahan akses *marketplace*, banyaknya pilihan produk, promo potongan harga, gratis ongkir, hingga sistem *flash sale* sering kali membuat seseorang terdorong membeli barang secara impulsif.¹⁰ Misalnya, membeli *skincare* dalam jumlah banyak hingga stok menumpuk padahal produk sebelumnya belum habis digunakan, atau membeli beberapa pakaian sekaligus hanya karena tertarik pada model, warna, atau harga diskon yang dianggap sayang untuk dilewatkan. Dalam kondisi seperti ini, keputusan membeli tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, tetapi lebih dipengaruhi oleh dorongan keinginan dan rasa ingin memiliki barang lebih banyak.

Dengan demikian, perilaku membeli barang dalam jumlah berlebihan dapat dipahami sebagai bentuk *isrâf* dalam kuantitas karena konsumsi dilakukan melampaui batas yang wajar. Penumpukan barang akibat kebiasaan membeli secara berlebihan juga menunjukkan bahwa penggunaan harta tidak lagi dilakukan secara seimbang. Hal ini memperlihatkan bahwa larangan berlebih-lebihan masih sangat relevan dalam memahami perilaku konsumtif masyarakat modern.

⁹al-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur*, vol. 2, Jilid 2, 1382-1383; Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol. 5, 76; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 4, 2353.

¹⁰Mertaningrum dkk. "Perilaku Belanja Impulsif Secara Online," 608.

3. Perubahan Tujuan Dalam Berbelanja

Konsep *isrâf* dalam Al-Qur'an tidak hanya berkaitan dengan jumlah dan penggunaan, tetapi juga tujuan atau niat di balik suatu tindakan. Dalam Q.S. Al-Furqân/25: 67,

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

“Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.”

Pada penafsiran para mufasir, ayat ini menekankan pentingnya *qawâm*, yaitu penggunaan harta secara seimbang, tepat, dan tidak melampaui batas. Pengeluaran harta seharusnya dilakukan secara wajar dan terarah, bukan didorong oleh keinginan yang berlebihan atau penggunaan yang tanpa tujuan yang benar. Sikap tersebut menunjukkan bahwa seorang mukmin tidak menggunakan hartanya secara ceroboh, boros, ataupun mengikuti hawa nafsu, melainkan tetap menjaga keseimbangan dalam penggunaannya. Pengeluaran yang dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan dan mempertontonkan kepemilikan dapat membuat seseorang diperbudak oleh hartanya sendiri, karena harta tidak lagi digunakan sebagaimana mestinya, tetapi lebih diarahkan pada pencitraan dan kepuasan tertentu.¹¹ Konsep *qawâm* juga menunjukkan bahwa penggunaan harta tidak hanya dinilai dari jumlah pengeluarannya, tetapi dari kesesuaiannya dengan kebutuhan dan tujuan yang benar. Penggunaan harta yang mengikuti keinginan tanpa kontrol dapat mendorong seseorang pada perilaku berfoya-foya dan pemborosan.¹²

¹¹Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, vol. 6, 128-129; al-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur*, vol. 4, 2909; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 7, 5060.

¹²Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol. 9, 533; al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.10, 119-120.

Penafsiran ini relevan dengan fenomena *unboxing* dan *flexing* di media sosial. Ketika aktivitas berbelanja tidak lagi semata-mata dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk membuat konten, menunjukkan kepemilikan barang, membangun citra diri, atau memperoleh pengakuan sosial dari orang lain.

Istilah *unboxing* sendiri banyak digunakan dalam berbagai media digital, terutama pada platform video seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Penggunaan istilah tersebut menunjukkan adanya perubahan dari padanan bahasa Indonesia “buka kemasan” menjadi *unboxing* yang kini lebih umum digunakan masyarakat, baik dalam percakapan maupun tulisan. *Unboxing* tidak hanya sekadar membuka kemasan barang, tetapi juga berkembang menjadi bentuk konten digital yang menampilkan proses pembelian dan kepemilikan suatu produk kepada publik.¹³

Selain *unboxing*, fenomena *flexing* juga semakin banyak ditemukan di media sosial. *Flexing* merupakan tindakan menampilkan gaya hidup mewah, barang bermerek, atau kepemilikan tertentu di hadapan publik, terutama melalui media sosial. Fenomena ini sering dikaitkan dengan upaya membangun citra diri atau *personal branding*. Padahal, *personal branding* pada dasarnya adalah cara seseorang memperkenalkan kemampuan, nilai, atau potensi dirinya kepada khalayak untuk membangun citra yang positif. Namun, banyaknya konten di media

¹³Silvira dan Mimi Rosadi, “Transformasi Padanan Kata Bahasa Indonesia Dalam Tren Konten TikTok,” *At-Tadris: Journal of Islamic Education*, Vol. 4, No. 2, 2025, 234.

sosial yang menampilkan kemewahan dan gaya hidup tertentu membuat batas antara *personal branding* dan *flexing* menjadi semakin tipis.¹⁴

Pada akhirnya, seseorang dapat mengubah tujuan belanja yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan menjadi sekadar untuk mengikuti tren, membuat konten, atau menunjukkan barang yang dimiliki kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan penafsiran ayat *isrâf* Q.S. Al-Furqân/25: 67 yang menekankan bahwa penggunaan harta harus dilakukan secara seimbang, terarah, dan tidak mengikuti keinginan yang berlebihan.

C. Dampak Perilaku *Isrâf* dalam Masyarakat Digital

Berbagai bentuk *isrâf* yang telah dibahas sebelumnya tidak hanya menunjukkan pola konsumsi yang berlebihan, tetapi juga menimbulkan berbagai dampak dalam kehidupan, baik pada tingkat individu maupun dalam aspek sosial dan lingkungan.

1. Dampak Individu

a. Dampak Ekonomi

Menurut HAMKA dalam menafsirkan Q.S. Al-A'râf/7: 31, perilaku berlebih-lebihan dapat merusak rumah tangga dan perekonomian diri sendiri, sebab Allah tidak menyukai orang yang pengeluarannya lebih besar daripada penghasilannya. Keborosan menurutnya dapat membawa celaka bagi diri sendiri maupun kehidupan rumah tangga.¹⁵ Abu Yahya Marwan bin Musa menjelaskan

¹⁴Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, dan Puspita Wulandari, "Flexing dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia," *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 13, No. 1, Januari 2024, 23.

¹⁵HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 4, 2353.

bahwa sikap berlebih-lebihan merupakan perkara yang dibenci Allah karena dapat membahayakan penghidupan seseorang hingga membuatnya tidak sanggup memenuhi kewajibannya.¹⁶ Dalam Q.S. Al-Furqân/25: 67, para mufasir juga menjelaskan pentingnya sikap pertengahan dalam menggunakan harta, yaitu tidak boros dan tidak pula kikir.¹⁷

Berdasarkan beberapa penafsiran di atas, dapat disimpulkan bahwa Allah Swt. tidak senang dengan perilaku *isrâf* karena dapat mendatangkan mudarat bagi manusia. Salah satu dampak yang paling terlihat ialah ketika harta habis, karena kondisi tersebut dapat memicu berbagai masalah lainnya. Dalam ekonomi Islam, penggunaan harta diatur agar tidak berlebihan dan tidak kikir. Al-Qur'an juga mengajarkan agar sebagian harta disalurkan melalui zakat, sedekah, dan infak, yang mencerminkan adanya hubungan yang erat antar sesama umat Islam, terutama dalam bentuk kepedulian dari yang mampu kepada yang membutuhkan.¹⁸ Harta pada dasarnya memiliki fungsi penting dalam kehidupan manusia, baik untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun memberikan manfaat bagi orang lain. Ketika digunakan secara tidak tepat, seperti dalam perilaku *isrâf*, fungsi tersebut tidak dapat berjalan secara optimal.¹⁹

Dalam konteks perilaku konsumtif, kondisi ini dapat diperparah oleh kecenderungan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan.

¹⁶Abu Yahya Marwan bin Musa, *Tafsir Hidayatul Insan*, vol. 2, dalam www.tafsir.web.id, 10.

¹⁷HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 7, 5061.

¹⁸Dita Afrina dan Siti Achiria, "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam," *EKBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 2018, 36.

¹⁹Arif Muktiono, M. Hasyim Muzadi dan Muannif Rdwan, "Pengelolaan Harta dalam Tinjauan *Maqashid Al-Syariah*," *Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu Kesyarahan dan Keperdataan*, Vol. 8, No. 2, Desember 2022, 150.

Seseorang kerap membeli tanpa mempertimbangkan manfaatnya, bahkan dalam keadaan terburu-buru dan dipengaruhi oleh dorongan emosional. Dan pada akhirnya pengeluaran menjadi tidak terkontrol sehingga harta digunakan untuk hal-hal yang kurang diperlukan, sehingga berpotensi mempercepat habisnya sumber keuangan. Dalam jangka panjang, kebiasaan tersebut dapat menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan yang lebih penting karena harta telah digunakan untuk hal-hal yang tidak mendesak, serta mengganggu kestabilan keuangan dan menimbulkan tekanan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari.²⁰

Selain penggunaan harta yang cenderung tidak terarah, perilaku *isrâf* juga menunjukkan adanya kelemahan dalam pengelolaan keuangan, yang salah satunya dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan. Kurangnya pemahaman tersebut membuat seseorang kesulitan dalam mengatur pengeluaran serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hal itulah yang menjadikan individu lebih rentan terhadap pemborosan dan berbagai masalah finansial, seperti utang dan ketidakstabilan ekonomi. Keterbatasan ini berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan pendapatan, sehingga harta tidak dimanfaatkan secara tepat sesuai kebutuhan.²¹

Dengan demikian, perilaku konsumtif yang mengarah pada *isrâf* dapat membuat pengeluaran menjadi tidak terkontrol sehingga berdampak pada terganggunya kondisi keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

²⁰Afrina dan Achiria, "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam," 36.

²¹M. Arman Zarfani dkk. "Systematic Literature Review: Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Sebagai Determinan Pengelolaan Keuangan Ibu Rumah Tangga," *Kampus Akademis Publishing: Jurnal Ilmiah Nusantara*, Vol. 3, No. 1, Januari 2026, 999.

b. Dampak Psikologis

Dalam penafsiran Q.S. Al-Furqân/25: 67, Wahbah al-Zuhaili menjelaskan bahwa sikap berlebihan tidak dibenarkan meskipun terhadap sesuatu yang disukai, karena pemborosan dapat membuat seseorang mengikuti keinginan tanpa kontrol. Hal ini juga diperkuat oleh hadis Nabi saw. yang menyebutkan bahwa termasuk sikap berlebihan adalah memakan setiap apa yang diinginkan. Sementara itu, M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa penggunaan harta harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masing-masing, bukan sekadar mengikuti keinginan.²²

Berdasarkan penafsiran di atas, terlihat bahwa Allah Swt. tidak menyukai perilaku *isrâf* karena sikap tersebut mendorong seseorang untuk terus mengikuti keinginan dan hawa nafsu tanpa pengendalian diri. Kemudahan akses dalam platform digital membuat konsumen dapat dengan cepat melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, harga, maupun kemampuan finansial. Pembelian yang didorong oleh emosi sesaat ini umumnya hanya memberikan kepuasan sementara. Setelah transaksi selesai dan individu menyadari bahwa barang yang dibeli tidak sesuai harapan atau justru menimbulkan beban finansial, muncul perasaan kecewa, tidak puas, bahkan menyesal. Kondisi emosional ini dikenal sebagai *post-purchase regret*, yaitu perasaan negatif yang timbul akibat keputusan pembelian yang dirasa kurang tepat.²³

²²al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.10, 119; Ibnu Majah al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah*, vol. 2, 1112; Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol. 9, 533.

²³Anisah Sabrina Agustian Revulton, "Pengaruh *Impulsive Buying* dan Jenis Kelamin Terhadap *Post-Purchase Regret* Pada Karyawan Pengguna Shopee Paylater di Indonesia," *Cognicia*, Vol. 13, No. 2, Oktober 2025, 89.

Post-purchase regret atau penyesalan pasca pembelian merupakan perasaan menyesal yang muncul setelah seseorang menyadari hasil atau dampak dari keputusan membeli suatu produk. Secara teoritis, apabila konsumen telah memahami berbagai risiko yang mungkin timbul khususnya dalam berbelanja, tingkat penyesalan yang dirasakan seharusnya lebih rendah. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penyesalan konsumen setelah berbelanja di Indonesia cenderung berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa penyesalan pasca pembelian merupakan fenomena yang cukup umum dalam konsumsi digital.²⁴

Perasaan penyesalan setelah berbelanja tidak selalu menghentikan perilaku konsumsi, tetapi dalam beberapa kasus justru mendorong individu untuk kembali melakukan pembelian. Hal ini terjadi karena adanya keinginan untuk mendapatkan rasa puas yang sebelumnya tidak terpenuhi. Dalam kondisi ini, *repeat purchase* atau pembelian berulang dapat dipahami sebagai respons psikologis, yaitu upaya untuk mengganti kekecewaan dengan pengalaman belanja yang diharapkan lebih memuaskan. Meskipun pembelian berulang umumnya dipengaruhi oleh kepuasan terhadap produk, dalam konteks *isrâf* kecenderungan ini dapat berubah menjadi kebiasaan konsumtif apabila dilakukan bukan karena kebutuhan, melainkan dorongan emosional. Akibatnya, individu dapat terjebak dalam siklus belanja yang berulang dan sulit dikendalikan.²⁵

²⁴Raisha Kamila Hakiki dan Maya Yasmin, "Hubungan *Impulsive Buying* dengan *Post-Purchase Regret* Produk *Make Up* Secara *Online* Pada Pegawai Wanita," *Jurnal Riset Psikologi*, Vol. 6, No. 3, 2023, 147.

²⁵Nanta Wahdaningsih dan Muhammad Arif Budiman Sucipto, "Repeat Purchase Sebagai Wujud Hedonisme Pada Remaja Pengguna *Online Shop*," *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol. 11, No. 2, 2025, 194.

Perilaku konsumtif pada masyarakat digital juga dapat terlihat dari penggunaan waktu yang berlebihan pada platform digital, yang menunjukkan adanya kecenderungan psikologis berupa sulitnya mengendalikan dorongan untuk terus melihat aktivitas belanja meskipun tanpa kebutuhan yang jelas. Seseorang dapat menghabiskan waktu untuk *scrolling* produk, berpindah dari satu toko ke toko lain, melihat ulasan, atau memantau promo secara terus-menerus hingga menjadi kebiasaan yang sulit dikendalikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *isrâf* tidak hanya terjadi pada barang yang dibeli secara berlebihan, tetapi juga pada penggunaan waktu yang melampaui batas kewajaran dan kurang memberi manfaat. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Imam Ibnul Jauzi, yang dikutip oleh Akbar Yusgiantara, menjelaskan bahwa waktu dan kesempatan seharusnya dimanfaatkan untuk hal-hal yang bermanfaat dan tidak dihabiskan secara berlebihan pada aktivitas yang sia-sia.²⁶

Dengan demikian, perilaku konsumtif yang mengarah pada *isrâf* tidak hanya berdampak pada penggunaan harta, tetapi juga dapat memengaruhi kondisi psikologis seseorang, seperti sulit mengendalikan keinginan dan terbiasa melakukan pembelian secara impulsif atau spontan.

c. Dampak Spiritual

Dalam penafsiran Q.S. Al-An‘âm/6: 141, para mufasir menjelaskan bahwa manusia diperbolehkan menikmati nikmat yang diberikan Allah, tetapi tidak boleh menggunakannya secara berlebihan. Wahbah al-Zuhaili menegaskan bahwa harta

²⁶Akbar Yusgiantara, “Menghindari Perilaku Berlebihan: Membumikan Gaya Hidup Islami Dalam Mengatasi *Israf*, *Tabdzir*, dan *Bakhil*,” *Jurnal Media Akademik*, Vol. 2, No. 10, 2024, 12.

harus digunakan secara seimbang, tidak boros dan tidak pula kikir, serta tetap memperhatikan tanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain. Dalam Q.S. Al-Furqân/25: 67, HAMKA juga menjelaskan bahwa harta merupakan pemberian Allah yang boleh dinikmati, tetapi harus dijaga agar tidak dipergunakan untuk hal-hal yang tidak bermanfaat.²⁷

Berdasarkan penafsiran tersebut, salah satu dampak spiritual dari perilaku *isrâf* adalah hilangnya rasa syukur dalam diri. Ketika seseorang terbiasa menggunakan harta secara berlebihan, ia cenderung terus merasa kurang terhadap apa yang dimiliki. Keinginan untuk memperoleh barang yang lebih baik atau lebih banyak dapat menggeser fokus dari rasa cukup menjadi rasa tidak puas. Akibatnya, nikmat yang telah dimiliki tidak lagi disadari sebagai sesuatu yang patut disyukuri.

Dalam ajaran Islam, rasa syukur merupakan bagian penting dari keimanan karena mencerminkan kesadaran bahwa segala yang dimiliki berasal dari Allah.²⁸ Namun, perilaku *isrâf* justru mendorong individu untuk lebih mengikuti keinginan daripada menjaga keseimbangan dalam penggunaan harta. Hal ini dapat melemahkan kesadaran bahwa harta merupakan amanah yang harus digunakan secara tepat dan tidak berlebihan.²⁹

Menurut Hamka dalam karyanya *Tasawuf Modern*, sebagaimana dikutip oleh Rahayuningsih, *qana'ah* mencakup rasa syukur atas nikmat yang dimiliki serta

²⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, vol. 3, 257; al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.4, 347-348; HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 7, 5061.

²⁸Nikhlah Ziyadaturrohmah dkk. "Makan Syukur dalam Al-Qur'an dan Relevansinya bagi Kehidupan Modern," *Hidayah: Cendekia Pendidikan Islam dan Hukum Syariah*, Vol. 2, No. 4, Desember 2025, 52.

²⁹Khaerudin dkk. "Konsep Hak Milik dalam Qur'am: Tinjauan Ayat-Ayat Tentang Kepemilikan Harta," *Al-Fawatih: Jurnal Kajian Al-Qur'an dan Hadis*, Vol. 5, No. 2, Juli 2024, 263.

kesabaran dalam menerima ketentuan Allah, meskipun tidak selalu sesuai dengan keinginan. Ketika sikap ini tidak dimiliki, individu cenderung merasa gelisah saat tidak memperoleh apa yang diinginkan, dan sebaliknya mudah berbangga diri ketika keinginannya terpenuhi. Kondisi tersebut menunjukkan bagaimana hilangnya *qana'ah* dapat memengaruhi kestabilan spiritual seseorang.³⁰

Dengan demikian, perilaku konsumtif yang mengarah pada *isrâf* tidak hanya berkaitan dengan pola konsumsi yang berlebihan, tetapi juga membawa dampak yang saling berkaitan dalam kehidupan individu, mulai dari terganggunya kondisi ekonomi, munculnya tekanan psikologis, hingga menurunnya kualitas spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa larangan *isrâf* dalam Al-Qur'an tidak hanya bertujuan mengatur pola konsumsi, tetapi juga membentuk karakter seorang mukmin agar senantiasa menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan material dan kualitas spiritualnya.

2. Dampak Lingkungan

Dalam penafsiran Q.S. Al-Furqân/25: 67 dijelaskan bahwa berlebih-lebihan dapat membawa kerugian karena harta dihabiskan untuk hal yang tidak bermanfaat, bahkan dapat merusak diri dan lingkungan.³¹ Dalam konteks perilaku konsumtif masyarakat digital, salah satu fenomena yang dapat menggambarkan dampak tersebut adalah meningkatnya aktivitas belanja *online*. Selain mempermudah proses memperoleh barang, aktivitas ini juga melibatkan proses pengemasan dan pengiriman yang membutuhkan berbagai bahan pendukung agar produk dapat

³⁰Tri Rahayuningsih, "Sikap Qana'ah Sebagai Pendekatan terhadap Perilaku Belanja Kompulsif," *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, Vol. 21, No. 2, 2016, 105.

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, vol. 7, 50-51.

sampai dengan aman kepada konsumen. Seiring meningkatnya intensitas pembelian, penggunaan bahan-bahan kemasan tersebut juga terus bertambah.

Salah satu bentuk dampak yang dapat diamati adalah meningkatnya penggunaan *bubble wrap* sebagai bahan pelindung dalam pengemasan. Dalam praktik *e-commerce*, penggunaan plastik dan *bubble wrap* dilakukan dalam jumlah besar untuk menjaga keamanan produk selama pengiriman. Bahkan, dalam beberapa kasus, kemasan menjadi penyumbang utama sampah plastik dibandingkan jenis sampah lainnya. Sebagian besar kemasan tersebut tidak dimanfaatkan kembali dan langsung dibuang setelah paket diterima.³²

Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh tingginya intensitas belanja *online* yang mendorong bertambahnya jumlah paket yang diterima konsumen. Setiap transaksi pada dasarnya menghasilkan limbah baru dari kemasan yang digunakan, sehingga semakin sering aktivitas belanja dilakukan, semakin besar pula akumulasi sampah yang dihasilkan di tingkat rumah tangga. Selain itu, penggunaan kemasan berlapis, seperti kombinasi plastik, *bubble wrap*, dan kardus menyebabkan satu paket dapat menghasilkan lebih dari satu jenis limbah sekaligus, sehingga volume sampah tidak hanya meningkat, tetapi juga semakin beragam.³³

Permasalahan ini menjadi lebih serius karena sebagian besar bahan kemasan khususnya plastik memiliki sifat yang sulit terurai secara alami. Sampah plastik dapat bertahan dalam waktu yang sangat lama, bahkan hingga puluhan atau ratusan

³²Frisca Herlia Putri, Sudarti dan Yushardi, "Analisis Pengaruh Kemasan Produk Belanja *Online* Terhadap Jumlah Sampah Plastik di Indonesia," *Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*, Vol. 2, No. 4, Oktober-Desember 2023, 1023.

³³ARAH, "Belanja E-Commerce Jadi Salah Satu Penyebab Sampah Plastik Meningkat," dalam <https://arahenvironmental.com/belanja-e-commerce-jadi-salah-satu-penyebab-sampah-plastik-meningkat/>, diakses pada tanggal 05 Mei 2026.

tahun sehingga menimbulkan penumpukan limbah dalam jangka panjang. Jika tidak dikelola dengan baik, plastik yang terbuang dapat mencemari tanah dan air, serta berpotensi merusak keseimbangan lingkungan.³⁴

Dengan demikian, meningkatnya aktivitas berbelanja *online* juga ikut meningkatkan jumlah limbah kemasan atau jumlah sampah yang sulit terurai yang dapat menimbulkan permasalahan bagi lingkungan.

D. Upaya Menghindari *Isrâf* dalam Masyarakat Digital

Pembahasan mengenai relevansi *isrâf* terhadap perilaku konsumtif masyarakat digital tidak hanya berhenti pada penjelasan mengenai bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang mengarah pada *isrâf* beserta dampaknya, tetapi juga perlu diarahkan pada upaya untuk menghindari perilaku tersebut. Dalam kehidupan masyarakat digital yang ditandai dengan kemudahan akses informasi, media sosial, dan berbagai platform belanja *online*, diperlukan sikap yang bijaksana agar aktivitas konsumsi tetap dilakukan secara proporsional sesuai kebutuhan dan tidak melampaui batas. Berdasarkan hasil penafsiran ayat-ayat *isrâf* yang telah dikaji, beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk menghindari perilaku *isrâf* dalam masyarakat digital adalah sebagai berikut.

1. Menanamkan Sikap Syukur dan *Qana'ah*

Berdasarkan penafsiran Q.S. Al-An'âm/6: 141, nikmat dan harta yang diberikan Allah boleh dimanfaatkan oleh manusia, tetapi penggunaannya harus disertai dengan rasa syukur dan tidak dilakukan secara berlebihan.³⁵ Hilangnya rasa

³⁴Evan Hamdani dan Muhammad Ikhsan Harahap, "Analisis Dampak Lingkungan Akibat Penggunaan Kemasan Plastik Dalam Kegiatan Ekonomi," *Kampus Akademik Publisng: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 5, September 2025, 592.

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, vol. 3, 257.

syukur dapat membuat seseorang terus merasa kurang dan terdorong untuk memenuhi keinginan secara berlebihan. Dalam konteks masyarakat digital, kondisi tersebut dapat diperkuat oleh paparan media sosial, berbagai promosi, serta kemudahan berbelanja melalui platform digital yang mendorong seseorang untuk terus melakukan konsumsi. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk menghindari perilaku konsumtif yang mengarah pada *isrâf* adalah menanamkan sikap syukur dan *qanâ'ah* atas nikmat yang telah dimiliki. Dengan adanya rasa syukur, seseorang akan lebih mampu menghargai apa yang dimiliki sehingga tidak mudah tergoda untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Hal tersebut sejalan dengan hadis Rasulullah saw. yang berbunyi:

لَيْسَ الْغِنَىٰ عَنْ كَثْرَةِ الْعَرَضِ وَلَكِنَّ الْغِنَىٰ عَنِ النَّفْسِ

“Kekayaan (yang hakiki) bukanlah dengan banyaknya harta. Namun kekayaan (yang hakiki) adalah hati yang selalu merasa cukup.” (HR. Muslim No. 1051).³⁶

Hadis tersebut menunjukkan bahwa kekayaan yang sebenarnya tidak terletak pada banyaknya harta atau barang yang dimiliki, melainkan pada hati yang merasa cukup. Sikap merasa cukup dapat membantu seseorang mengendalikan keinginan yang berlebihan dan tidak mudah terdorong untuk terus memenuhi hawa nafsu dalam menggunakan harta. Dengan demikian, seseorang akan lebih mampu bersikap sederhana, bijak, dan terhindar dari perilaku berlebih-lebihan dalam kehidupannya.

2. Membiasakan Pola Konsumsi Sesuai Kebutuhan

³⁶Abu Al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi al-Naisaburi, *Shahih Muslim*, (Riyad: Dar al-Thayyibah, 1427), 464.

Penafsiran M. Quraish Shihab terhadap Q.S. Al-A‘râf/7: 31 menjelaskan bahwa Islam mengajarkan pemenuhan kebutuhan secara proporsional dan tidak melampaui batas. Begitu juga dalam penafsiran Ibnu Katsir terhadap Q.S. Al-Furqân/25: 67 yang menekankan penggunaan harta secara tepat dan seimbang.³⁷ Karena itu, salah satu cara untuk menghindari perilaku konsumtif yang mengarah pada *isrâf* ialah membiasakan pola konsumsi sesuai kebutuhan. Hal ini dapat dilakukan dengan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah barang yang akan dibeli benar-benar dibutuhkan atau hanya sekadar diinginkan.³⁸

Seseorang juga dapat membuat daftar kebutuhan sebelum membuka aplikasi belanja agar barang yang dibeli lebih terarah dan tidak berubah hanya karena melihat produk lain yang menarik.³⁹ Membatasi jumlah pembelian juga penting supaya barang yang dibeli tidak berlebihan dan akhirnya hanya menumpuk.⁴⁰ Sebelum membeli, fungsi dan manfaat barang juga perlu dipertimbangkan terlebih dahulu, apakah benar akan digunakan atau hanya sekadar ingin memiliki. Tidak sedikit seseorang membeli barang yang fungsinya masih sama dengan barang yang telah dimiliki sebelumnya, sehingga barang lama akhirnya jarang digunakan atau bahkan terbuang. Karena itu, mempertimbangkan kondisi dan kelayakan barang yang sudah dimiliki menjadi penting agar

³⁷Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol. 5, 76; Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, vol. 6, 128-129.

³⁸Gina Valerina, “Pahami Kebutuhan dan Keinginan, Bijak Membelanjakan Uang!” dalam <https://koinworks.com/blog/kebutuhan-dan-keinginan/>, diakses pada 17 Mei 2026.

³⁹Ahmad Fajar Jaelani dan Lilik Rahmawati, “Etika Konsumsi Pakaian *Thrifting* dalam Perspektif *Maslahah* di Kalangan Generasi Z: Antara Hemat dan Konsumtif,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol. 7, No,2, 2025, 695.

⁴⁰Hamid, “Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat,” 205.

pengeluaran dapat lebih terkontrol dan harta tidak digunakan untuk hal-hal yang kurang bermanfaat.

3. Mengendalikan Diri dari Pengaruh Promo dan Tren

Dalam penafsiran Wahbah al-Zuhaili terhadap Q.S. Al-Furqân/25: 67 dijelaskan bahwa sikap berlebihan dapat membuat seseorang mengikuti keinginan tanpa kontrol. Selain itu, Abu Yahya Marwan bin Musa dalam penafsirannya terhadap Q.S. Al-A‘râf/7: 31 juga menjelaskan bahwa perilaku berlebih-lebihan dapat membahayakan kehidupan seseorang.⁴¹ Karena itu, pengendalian diri diperlukan agar seseorang tidak mudah terbawa pengaruh promo, tren, maupun keinginan sesaat.

Dalam kehidupan masyarakat digital, pengendalian diri dapat dilakukan dengan tidak menjadikan aplikasi belanja sebagai hiburan atau aktivitas untuk mengisi waktu luang. Seseorang perlu membiasakan diri membuka aplikasi hanya ketika memang memiliki kebutuhan tertentu agar tidak mudah tergoda membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Selain itu, ketika menemukan barang yang menarik, pembelian sebaiknya tidak langsung dilakukan, tetapi ditunda terlebih dahulu selama beberapa waktu untuk memastikan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau hanya keinginan sesaat. Cara ini dapat membantu mengurangi kebiasaan membeli secara impulsif.⁴²

4. Mengelola Keuangan Secara Bijak

⁴¹al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.10, 119; Abu Yahya Marwan bin Musa, *Tafsir Hidayatul Insan*, vol. 2, dalam www.tafsir.web.id, 10.

⁴²Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia, "Cara Menahan Diri dari Godaan E-Commerce dengan Bijak," dalam <https://aaji.or.id/Articles/cara-menahan-diri-dari-godaan-promo-e-commerce-dengan-bijak>, diakses pada 17 Mei 2026.

Penafsiran HAMKA terhadap Q.S. Al-A‘râf/7: 31 menjelaskan bahwa perilaku berlebih-lebihan dapat merusak perekonomian diri sendiri karena pengeluaran lebih besar daripada penghasilan. Selain itu, Wahbah al-Zuhaili dalam penafsirannya terhadap Q.S. Al-An‘âm/6: 141 juga menekankan pentingnya menggunakan harta secara seimbang dan tidak menghabiskannya untuk hal-hal yang tidak semestinya.⁴³ Karena itu, pengelolaan keuangan secara bijak menjadi salah satu upaya penting untuk menghindari perilaku *isrâf*.

Perilaku *isrâf* menunjukkan bahwa pengelolaan harta yang tidak tepat dapat mendorong seseorang menggunakan uang secara berlebihan. Kemudahan transaksi digital membuat proses pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis, sehingga pengeluaran sering kali dilakukan tanpa pertimbangan yang matang. Seseorang dapat membeli barang secara berlebihan tanpa menyadari kondisi keuangannya.⁴⁴ Karena itu pengelolaan keuangan menjadi penting agar penggunaan harta tetap terarah dan tidak habis untuk hal-hal yang kurang diperlukan. Hal ini dapat dilakukan dengan membatasi pengeluaran sesuai kemampuan, membiasakan diri membuat prioritas kebutuhan, serta tidak mudah menggunakan uang hanya karena tertarik pada promo atau keinginan sesaat.

Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan. Literasi keuangan dapat membantu seseorang dalam merencanakan anggaran, memantau pengeluaran, serta mengalokasikan dana sesuai

⁴³HAMKA, *Tafsir Al-Azhar*, vol. 4, 2353; al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, vol.4, 347-348.

⁴⁴BINUS University, "Uang Digital dan Perilaku Konsumen: Mengapa Kita Lebih Mudah Boros *Online*," dalam <https://binus.ac.id/bekasi/accounting-technology/2025/08/31/uang-digital-dan-perilaku-konsumen-mengapa-kita-lebih-mudah-boros-online/>, diakses pada 17 Mei 2026.

kebutuhan. Pemahaman yang baik membantu mencegah kekeliruan dalam mengelola pendapatan, termasuk pemborosan, ketergantungan pada utang, serta penempatan dana yang kurang tepat.⁴⁵ Tanpa pengelolaan yang tepat, sebesar apa pun pendapatan yang dimiliki tetap berpotensi habis tanpa memberikan manfaat yang optimal. Sebaliknya, manajemen keuangan yang baik dapat membantu seseorang memenuhi kebutuhan secara lebih terarah dan terkontrol.⁴⁶

⁴⁵Steven Silverius Hia dkk. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Masyarakat di Desa Lahusa Kecamatan Sirombu Kabupaten Nias Barat,” *Department of Digital Business: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, Vol. 4, No. 3, 2025, 2249.

⁴⁶Shintya dan M. Chaerul Rizky, “Problem Solving Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Keuangan Melalui Literasi Keuangan,” *Kampus Akademik Publisher: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 2, Juli 2024, 584.