



Flexing, Mukbang dan Paylater dalam Sorotan Hadis: Membaca Ulang Konsep *Isrāf*

Muftihun Najah^{1*}

¹UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: muftii2015@gmail.com

**Corresponding author*

Article History: accepted: 17-12-2023; published: 30-6-2024

Abstract

This research is motivated by the fact that consumptive behavior (excessive consumption) has become a significant issue in the modern era. In the Prophetic traditions, this behavior is referred to as *isrāf*, which encompasses not only primary but also basic human needs. Several hadiths of the Prophet Muhammad (peace be upon him) explicitly prohibit *isrāf*, including those narrated by al-Nasā'ī (No. 2512), Ibn Mājah (No. 3595), and Aḥmad (No. 6408). Accordingly, this study aims to examine these prohibitive hadiths by employing a combination of Yusuf al-Qaradawi's *ma'ānī al-ḥadīth* framework and Jean Baudrillard's theory of consumerism, to assess the relevance of the prohibition of *isrāf* within the context of contemporary consumption patterns. This study addresses three main research questions: (1) What is the concept of *isrāf* in the hadiths? (2) How are these hadiths understood in the present context? (3) What is the relevance of the concept of *isrāf* to modern consumer behavior? The findings of this study are threefold. First, in the Prophetic traditions, *isrāf* refers to behavior that exceeds actual necessity, whether in terms of wealth expenditure or other aspects of life. According to scholars, *isrāf* applies not only to monetary spending but also to any action that exceeds reasonable limits. Second, the hadiths prohibiting *isrāf* emphasize the importance of maintaining balance and avoiding extravagance—be it in eating, dressing, or spending—especially in a modern context where media and technology encourage consumptive behavior. Third, *isrāf* has evolved in form in contemporary society. For instance, *isrāf* in food consumption is manifested through the *mukbang* trend on social media, *isrāf* in clothing is reflected in the phenomenon of flexing, and *isrāf* in financial expenditure is influenced by the PayLater payment method. These phenomena illustrate how the concept of *isrāf* remains relevant and identifiable in various dimensions of modern consumer behavior.

Keywords: *Isrāf* in Hadith; *Ma'ānī al-Ḥadīth* Approach; Baudrillard's Consumerism; Digital Culture and Overconsumption

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwa perilaku konsumtif (konsumsi berlebih) menjadi salah satu permasalahan di era modern. Dalam



hadis Nabi, perilaku ini dikenal sebagai *isrāf*, yang tidak hanya mencakup kebutuhan primer tetapi juga kebutuhan mendasar. Hadis-hadis Nabi Muhammad SAW yang mengandung larangan melakukan *isrāf*, di antaranya HR. An-Nasa'i No. 2512, HR. Ibn Majah No. 3595, dan HR. Ahmad No. 6408. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hadis-hadis larangan *isrāf* menggunakan kombinasi teori *ma'anil hadis* Yusuf Qardhawi dan teori konsumerisme Jean Baudrillard untuk melihat relevansi larangan *isrāf* dalam konteks perilaku konsumsi saat ini. Ada tiga rumusan masalah, yaitu: bagaimana konsep *isrāf* dalam hadis; bagaimana pemahaman hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini; dan bagaimana relevansi konsep *isrāf* dengan perilaku konsumtif masyarakat modern. Hasil penelitian ini terdiri dari tiga kesimpulan. *Pertama*, dalam hadis Nabi, *isrāf* mencakup perilaku yang melebihi kebutuhan sebenarnya, baik dalam hal pengeluaran harta maupun aspek lainnya. Menurut para ulama, *isrāf* berlaku pada pengeluaran uang maupun tindakan lain yang melampaui batas kewajaran. *Kedua*, hadis-hadis larangan *isrāf* ini mengingatkan pentingnya menjaga keseimbangan dan menghindari pemborosan baik berupa makan, berpakaian maupun membelanjakan harta, terutama di era modern yang memfasilitasi perilaku konsumtif melalui media dan teknologi. *Ketiga*, *isrāf* telah mengalami perubahan bentuk dalam konteks modern. 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: *Isrāf* dalam Hadis; Pendekatan *Ma'anī al-Ḥadīth*; Konsumerisme Baudrillard; Budaya Digital dan Konsumsi Berlebih.

Pendahuluan

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 (Farikhin, 2022) Perilaku berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan merupakan sebuah permasalahan yang terkait dengan perilaku konsumtif (Fromm, 1996). 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 (Suminar & Meiyuntari, 2016). 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 perilaku konsumtif atau *isrāf* di masa kini, perlu diperhatikan secara cermat bagaimana hadis-hadis Nabi saw. 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 dipahami. Berdasarkan HR. Ahmad, 6408, terdapat pembahasan beberapa aspek penggunaan kebutuhan yang memiliki potensi untuk menunjukkan perilaku berlebih-lebihan, sebagaimana kutipan berikut:

"حَدَّثَنَا يَزِيدُ بْنُ هَارُونَ أَخْبَرَنَا هَمَّامٌ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا غَيْرَ مَخِيلَةٍ وَلَا سَرْفٍ وَقَالَ يَزِيدُ مَرَّةً فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ" (Hanbal, 2018a, hal. 446)

"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 (berlebih-lebihan), dan tidak sombong." (Hanbal, 2015)

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. Kesulitan dalam menentukan batasan ini dapat menyebabkan interpretasi yang beragam dan perbedaan dalam praktek kehidupan sehari-hari. Sehingga, perlu kajian lebih lanjut dan interpretasi yang hati-hati untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami serta menjalankan petunjuk 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 (Lubis & Nasution, 2023). mengubah paradigma serta pola pengambilan keputusan konsumen (Adha, 2022).

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. Buktinya, hampir setiap menit masyarakat tidak dapat terlepas dari ketergantungan gadget dan internet. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah menjadikan kedua elemen tersebut sebagai kebutuhan pokok dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Perluasan makna *israf* (berlebih-lebihan) terlihat dalam penggunaan teknologi ini, karena manusia cenderung mengalami ketidakseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan primer mereka. Dengan demikian, era digital telah membawa dampak signifikan terhadap perubahan

kebutuhan manusia, yang mana gadget dan internet menjadi bagian integral kehidupan sehari-hari, juga menyebabkan potensi *isrāf* yang perlu diperhatikan.

Dari kenyataan tersebut, penelitian ini mengarah kepada menginvestigasi konteks hadis dengan teori ma'ani hadis Yusuf al-Qardhawi guna memperjelas interpretasi hadis Nabi Muhammad SAW dan Teori Konsumerisme Jean Baudrillard guna melihat pola konsumsi di era Modern. Adapun perilaku konsumtif kontemporer yang dianalisis menggunakan teori konsumerisme J. Baudrillard 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. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada tiga hal di antaranya: *pertama*, konsep *isrāf* yang digambarkan dalam hadis; *kedua*, pemahaman atas hadis-hadis tentang *isrāf* di masa kini; *ketiga*, bentuk relevansi konsep *isrāf* dengan perilaku konsumtif yang dialami masyarakat modern.

Penelitian ini bermaksud membedah konsep *isrāf* dalam hadis serta memahami makna *isrāf* dan konteks apa saja yang ada di dalamnya, 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. Selain itu, hubungan antara konsep *isrāf* dalam hadis dengan perilaku konsumtif yang sering kali menjadi ciri khas masyarakat modern turut dieksplor dalam penelitian. Dengan memahami konsep tersebut, 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 serta memperluas pemahaman tentang konsep *isrāf* dalam konteks agama Islam.

Penelitian yang dikaji oleh penulis adalah penelitian kepustakaan (*library research*) yang bersifat kualitatif yang mempunyai ciri deksriptif-interpretatif (Moleong, 2018, hal. 103). 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 seperti instagram, youtube, dan paylater 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. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menghimpun hadis-hadis tentang *isrāf*, kemudian menggali ma'nanya menggunakan analisis pendekatan ma'anil hadis Yusuf al-Qardhawi dan konsumerisme Jean Baudrillard untuk mengeksplorasi hubungan antara konsep *isrāf* dalam hadis dengan perilaku konsumtif.

Hasil dan Pembahasan

Telaah Atas Hadis-Hadis *Isrāf*

Bagian ini dimulai dengan menyajikan data-data hadis yang telah ditakhrij mengenai *isrāf* melalui bantuan *software* hadis *Maktabah al-Syamilāh* (*Maktabah Syamilah*, 2022). Sementara narasi terjemahan atas hadis-hadis tersebut disadur dari *software* hadis Lidwa Pusaka (*Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam*, 2015). Pencarian

hadis-hadis yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan metode *takhrij* berbasis indeks kata dengan kata kunci matan hadis di antaranya *sarafa*, *yasrafu*, *yusrifu*, *tasrafu*, *tusrifu*, *musrifūn*, *musrifīn*, *as-sarāf* dan *isrāf*. Setelah melakukan *takhrij*, diperoleh data-data hadis mengenai *isrāf* sebanyak 11 (sebelas) hadis. Adapun dalam hadis-hadis tersebut, kata *isrāf* terulang sebanyak 6 kali dengan 5 kata yang berbeda-beda sebagai berikut:

Tabel 1. Klasifikasi kata kunci matan hadis beserta penjelasan

DERIVASI KATA	JENIS KATA	PENJELASAN
إِسْرَافٍ-إِسْرَافٌ	<i>Fi'il Muta'addi</i> , Bentuk <i>masdar</i> dari <i>Asrafa</i>	Terdapat didalam kitab shahih bukhori, sunan ibnu majah, musnad imam ahmad
السَّرْفُ	Bentuk <i>masdar</i> dari <i>Sarafa</i>	Terdapat dalam kitab suanan ibnu majah
سَرَفٌ-سَرَفٍ	Bentuk <i>Masdar</i> dari <i>Sarafa</i>	Terdapat dalam kitab shahih bukhori
لَا تُسْرِفْ	<i>Fi'il Nahyi</i>	Terdapat dalam kitab sunan Ibnu Majah

Hadis-hadis yang telah ditakhrij tersebut kemudian diklasifikasikan sesuai tema. HR. Bukhari No. 5337, No. 5338 (Al-Bukhari, 2018, hal. 82–83), No. 5342, dan No. 5345 (Al-Bukhari, 2018, hal. 87–90) berkaitan dengan persoalan *isrāf* dalam berpakaian seseorang dengan disertai kesombongan. Kemudian, HR. An-Nasa'i No. 2512 (An-Nasa'i, 2018, hal. 336) memiliki kemiripan dengan hadis riwayat Bukhari yakni perbuatan *isrāf* dalam berpakaian, sementara *isrāf* dalam makan dan bersedekah tidak terdapat dalam riwayat tersebut. Kemiripan hadis riwayat Nasa'i juga terlihat dalam HR. Ibn Majah No. 3595 (Majah, 2018a, hal. 470) serta HR. Ahmad No. 6408 (Hanbal, 2018a, hal. 446) dan 6421 (Hanbal, 2018a, hal. 459) dalam hal makan, bersedekah serta berpakaian, sementara *isrāf* dalam minum tidak terdapat dalam redaksi hadis riwayat Nasa'i. Adapun pada HR. Ibn Majah No. 419, No. 418 (Majah, 2018b, hal. 15–16) dan HR. Ahmad No. 6768 (Hanbal, 2018b, hal. 306) berisi tentang perbuatan *isrāf* dalam penggunaan air untuk berwudu' meski di sungai yang mengalir.

Dalam *Fath Al-Bārī*, *isrāf* dijelaskan sebagai perilaku yang melewati batas kewajaran dalam penggunaan sesuatu. *Isrāf* bahkan berlaku pada ucapan dan perbuatan, dalam arti bahwa ucapan maupun tindakan yang berlebihan termasuk perbuatan *isrāf*. *Isrāf* dapat terjadi dalam segala aspek kehidupan, akan tetapi Ibn Hajar menyebut bahwa perilaku berlebihan seringkali terjadi pada infak atau bersedekah. Berbeda halnya dengan konteks ibadah, seorang muslim justru dianjurkan menggunakan pakaian yang bagus dan indah ketika melaksanakan shalat,

dengan catatan masih dalam batas yang wajar. Meskipun begitu perilaku *isrāf* tentu juga memiliki dampak yang negatif bagi seseorang, di antaranya dapat menyebabkan kesombongan, bangga diri, dan lain sejenisnya (Al-Asqalānī, 1986, hal. 264).

Sementara hadis-hadis yang melarang berbuat *isrāf*, pada hakikatnya mengajarkan kepada umat manusia agar dapat mengontrol dirinya dalam semua lini kehidupan. Menurut Abd al-Latif al-Baghdadi, pengontrolan terhadap diri meliputi adanya pengendalian diri dalam konsumsi, pengendalian diri dalam perilaku, pengendalian diri dalam emosi dan sikap, pengendalian diri dalam beribadah, serta pengendalian diri dalam berinteraksi sosial. Secara dimensional, pengendalian ini perlu untuk dilakukan sebab dapat menjaga keberlangsungan hidup yang baik dan menjaga keseimbangan ekonomi (Al-Asqalānī, 1986, hal. 264). Adapun hadis riwayat Ibn Majah di atas dijelaskan dalam kitab *Ihdā Ad-Dībājah Bi Syarḥ Sunan Ibn Mājah* sebagai perilaku *isrāf* yang juga dapat terjadi pada wudu'. Meskipun hadisnya dinilai daif, akan tetapi maknanya dapat diamalkan. Para ulama berpendapat bahwa perilaku *isrāf* dalam berwudu' hukumnya makruh. Hal ini juga berlaku pada basuhan-basuhan yang lebih dari tiga kali, sebab dapat berujung pada pemborosan air (Al-Adawi, n.d., hal. 237).

Di sisi lain, kitab *Ilām al-Anām Bi Syarḥ Bulūgh al-Marām Min Aḥādīs al-Aḥkām* menyebutkan bahwa *isrāf* adalah tindakan membelanjakan/menggunakan harta pada sesuatu yang benar, akan tetapi melebihi batas yang dibenarkan. Berbeda dengan *isrāf*, *tabzīr* adalah istilah menggunakan harta untuk sesuatu yang tidak benar. Senada dengan Ibn Hajar, Itr menyebut bahwa saat ini tindakan *isrāf* lebih banyak terjadi dalam konteks berinfak atau bersedekah, dalam artian membelanjakan semua harta tanpa mempertimbangkan kemaslahatan diri manusia itu sendiri (Itr, 1986, hal. 486).

Sementara itu, dalam *Faḥḥ Zī Al-Jalāl Wa al-Ikrām Bi Syarḥ Bulūgh al-Marām* dijelaskan bahwa semua ulama sepakat *isrāf* pada hadis-hadis di atas adalah perbuatan melewati batas yang terjadi pada makanan, minuman, pakaian, dan bersedekah. Sebagai contoh, *isrāf* pada makanan dapat dilihat ketika seseorang memakan sesuatu secara berlebihan dan melebihi kapasitas atau kebutuhan fisiknya. Walaupun makanannya halal, akan tetapi hal ini tetap disebut sebagai *isrāf*. Contoh lainnya dapat dilihat dalam *isrāf* pada pakaian, yakni seseorang yang mengenakan baju baru di pagi hari, lalu ia mengenakan baju baru yang lain di sore hari, dapat disebut sebagai *isrāf*. Namun, pemahaman *isrāf* sendiri menjadi problematik mengingat tidak adanya batasan normatif tentang perilaku *isrāf*. Boleh jadi orang yang memiliki sepuluh pakaian dianggap *isrāf* oleh satu orang, namun tidak dianggap *isrāf* oleh orang lain. Hal ini memungkinkan dipengaruhi oleh konstruksi lingkungan dan budaya di sekitarnya (Al-Uṣaimīn, 2006, hal. 273–274).

Tinjauan Hadis Perspektif Ma'anil Hadis Yusuf Qardhawi

1. Memahami hadis sesuai petunjuk al-Qur'an (Al-Qardhawi, 2000)

Ayat-ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan pembahasan *isrāf* yakni firman Allah swt dalam Surah Al-A'raf/7:31 dan Surah Al-Furqan/25:67. Kedua ayat tersebut tampak sama-sama menyebutkan adanya larangan berlebih-lebihan terhadap sesuatu. Pada surah Al-A'raf/7:31, berlebih-lebihan yang dimaksud adalah tidak melanggar sesuatu yang diharamkan atau mengharamkan sesuatu yang diharamkan

hingga tidak berlebih-lebihan dalam mengonsumsi makanan (Al-Jawi, 2017). Ini tentu sesuai dengan pesan Nabi saw. dalam HR. an-Nasa'i No. 2512, HR. Ibn Majah No. 3595, HR. Ahmad No. 6408 dan No. 6421 yang menyebutkan adanya pelarangan dalam berbuat *isrāf* terhadap makanan/ketika makan. Hal ini juga selaras dengan penuturan Quraish Shihab untuk tidak berlebih-lebihan dalam hal makan dan minum apapun termasuk beribadah sekalipun dengan tidak menambah cara atau kadarnya (Shihab, 2021a). Pandangan ini juga sejalan dengan narasi HR. Ibn Majah No. 419 dan HR. Ahmad No. 6768 yang menunjukkan teguran terhadap seseorang ketika terlihat berlebih-lebihan (*isrāf*) dalam beribadah yakni berwudu'. Lebih lanjut, *isrāf* pada surah Al-Furqan/25:67 ditujukan bagi orang-orang yang berinfak untuk tidak melampaui batas kewajaran kadar harta yang diberikan dan harus disesuaikan pula dengan kondisi yang memberi maupun yang menerima (Shihab, 2021b). Sejalan dengan penjelasan atas ayat tersebut, HR. an-Nasa'i No. 2512, HR. Ibn Majah No. 3595, HR. Ahmad No. 6408 dan No. 6421 juga menunjukkan larangan yang sama kepada siapapun untuk tidak berbuat *isrāf* ketika bersedekah.

2. Menghimpun hadis-hadis setema (Al-Qardhawi, 2000)

Hadis-hadis yang setema mengenai *isrāf* terhitung secara keseluruhan berjumlah 10 (sepuluh) hadis. Jika melihat pada kesepuluh hadis ini, tidak adanya pertentangan atau kandungan makna yang kontradiktif antara satu hadis dengan yang lainnya. Sebaliknya, beberapa ada yang memiliki keselarasan redaksi matan dalam menunjukkan larangan berbuat *isrāf* yakni dalam hal makan, bersedekah dan berpakaian (lihat narasi HR. al-Bukhari No. 5337 dan HR. an-Nasa'i No. 2512). Sementara beberapa hadis yang lain memiliki tambahan larangan berbuat *isrāf* yakni pada minuman (Lihat narasi HR. Ahmad No. 6408 dan HR. No. 3595 dan kemiripan dari segi esensi larangannya yakni pada aspek pemborosan air ketika berwudu' (Lihat narasi HR. Ahmad No. 6768 dan HR. Ibn Majah No. 419).

Lebih lanjut, larangan *isrāf* dalam hadis-hadis di atas jika dihimpun maka dapat diketahui bahwa adanya pelarangan tersebut adalah sebagai batasan agar seseorang dapat mengendalikan diri, baik ketika makan, minum, bersedekah, berpakaian maupun berwudu'. Larangan terhadap perbuatan-perbuatan *isrāf* juga memiliki esensi yang sama dengan sifat sombong, sebab perbuatan yang berlebih-lebihan dapat memicu rasa sombong dalam diri, sehingga agar sifat tersebut tidak muncul, maka sebisa mungkin dihindari atau diminimalisasi dengan melakukan pengendalian diri dari perbuatan-perbuatan *isrāf*. Ini bisa dilihat pada narasi-narasi hadis yang menunjukkan ungkapan sombong disandingkan dengan ungkapan *isrāf* di antaranya sebagai berikut: ".....dengan tidak berlebih dan sombong." pada HR. an-Nasa'i No. 2512; ".....dengan tidak berlebih-lebihan atau kesombongan." pada HR. Ibn Majah No. 3595; dan ".....dengan tidak merasa bangga dan sombong serta berlebih-lebihan." Kesempatan lain Yazid berkata: "dengan tidak isrof (berlebihan), dan tidak sombong." pada HR. Ahmad No. 6408. Kesemua kutipan narasi hadis tersebut menunjukkan adanya penyandingan ungkapan sombong dan berlebih-lebihan (*isrāf*).

3. Memahami latar historis dan kondisi sosial masyarakat (Al-Qardhawi, 2000)

Bentuk-bentuk *isrāf* yang dapat ditemukan adalah berkenaan dengan kebiasaan berpakaian ketika melaksanakan *tawaf* maupun dalam hal makan dan minum. Jika dikaitkan dengan kebiasaan berpakaian pada saat *tawaf*, masyarakat jahiliah memiliki kebiasaan untuk bertelanjang (tidak mengenakan pakaian apapun) ketika melaksanakan *tawaf* (Al-Jawi, 2017). Hal ini tentu bertentangan dengan nilai-nilai kesopanan dan kehormatan dalam Islam terutama dalam ibadah. Ini juga mengindikasikan adanya aspek *isrāf* dalam berpakaian. Sementara dalam kaitannya dengan makan atau minum, dikisahkan suku Bani Amir memiliki kebiasaan tidak makan selain makanan pokok selama hari-hari Haji (Al-Jawi, 2017). Ini boleh jadi juga mengindikasikan adanya perbuatan *isrāf* dalam hal makanan, karena seseorang secara sadar membatasi/memaksakan diri terhadap makanan.

4. Membedakan aspek *sawābit* (tujuan yang tetap) dan *mutagayyirāt* (sarana yang berubah)(Al-Qardhawi, 2000)

Narasi hadis secara konsisten mengajarkan bahwa setiap tindakan berlebihan, baik dalam ucapan, perilaku, konsumsi, maupun pengeluaran harta adalah dilarang. Ini menjadi prinsip tetap (*sawābit*) yang menekankan pentingnya moderasi dalam berbagai aspek kehidupan. Sejalan dengan itu, Abd al-Latif al-Baghdadi menyebutkan bahwa salah satu tujuan dasar dari larangan *isrāf* adalah pengendalian diri, baik dalam hal konsumsi, emosi, maupun interaksi sosial (Al-Asqalānī, 1986). Prinsip pengendalian ini adalah *sawābit* karena menekankan pada keseimbangan sebagai tujuan moral utama yang diatur oleh syariat. Dengan demikian, penggunaan sumber daya yang berlebihan dapat mengancam keseimbangan ekonomi dan sosial.

Pada konteks sekarang, interpretasi tentang *isrāf* dapat berbeda-beda menyesuaikan kondisi sosial dan ekonomi seseorang. Sebagaimana yang disampaikan oleh Al-Uṣaimīn bahwa pemahaman tentang apa yang dianggap *isrāf* dalam hal pakaian, makanan, atau infak dapat berbeda di antara masyarakat (Al-Uṣaimīn, 2006). Di satu masyarakat, seseorang yang memiliki sepuluh pakaian bisa jadi dianggap hal berlebihan, namun di masyarakat lain, fenomena tersebut justru dianggap wajar. Hal ini dapat disebut sebagai aspek *mutagayyirāt* yang dipengaruhi oleh budaya dan keadaan. Selain itu, meski larangan *isrāf* berlaku dalam semua bentuk ibadah, pengaplikasiannya dapat berubah mengikuti kebutuhan individu. Misalnya, Ibn Hajar menyebutkan bahwa memakai pakaian indah untuk shalat dianjurkan (Al-Asqalānī, 1986), namun juga tidak berlebihan seperti material pakaian yang terbuat dari emas puluhan gram atau bahkan kain sutra dengan harga ratusan hingga jutaan rupiah. Lebih lanjut, bentuk *isrāf* juga dapat berubah sesuai dengan perkembangan teknologi dan kemajuan ekonomi. Sebagai contoh, pemborosan dalam penggunaan listrik dalam konteks modern lebih relevan dibandingkan pada masa dimana hadis tersebut muncul.

5. Membedakan antara bahasa hakiki dan majas(Al-Qardhawi, 2000)

Secara epistemologis, *isrāf* (إسراف) berasal dari akar kata (سرف) yang berarti melampaui batas, ketidak sengajaan, kekeliruan, atau tergesa-gesa. Al-Ashfahani turut mengemukakan bahwa kata ini lebih *masyhur* digunakan dalam masalah pembelanjaan harta (Al-Ashfahani, 2013, hal. 259). Sementara kamus *al-Munawwir*

menyebutkan kata "*Asrafa*" berarti melampaui batas dan memboroskan. Kata "*as-Saraf*" juga merupakan bentuk nomina (*mashdar*) dari akar yang sama. Adapun secara terminologis, ungkapan "*Asrafa fi mālihi*" mengindikasikan tindakan membelanjakan harta secara terburu-buru tanpa tujuan yang jelas (Faris, 1979, hal. 153). Kata (اسرف) juga merujuk pada larangan Allah swt terhadap segala bentuk tindakan berlebihan, seperti pengeluaran yang tidak digunakan untuk ketaatan kepada Allah swt, mengonsumsi makanan atau minuman yang tidak halal, berinfak secara berlebihan, melakukan penyimpangan seksual (Manzur, 2009), dan pembunuhan (Yunus, 1989).

6. Memastikan petunjuk makna kata-kata dalam hadis (Al-Qardhawi, 2000)

Konotasi kata *isrāf* dapat berlaku pada ucapan dan perbuatan. Hal ini seringkali terjadi pada perbuatan infak atau bersedekah maupun berpakaian untuk beribadah yang melebihi batas kewajaran. Perilaku-perilaku *isrāf* seperti ini dapat berdampak negatif bagi seseorang seperti menyebabkan kesombongan dan merasa bangga diri (Al-Asqalānī, 1986). Lebih lanjut, perilaku *isrāf* juga terjadi pada wudu' seperti jumlah basuhan yang melebihi tiga kali sehingga dapat menyebabkan pemborosan air (Al-Adawi, n.d.). *Isrāf* dalam bersedekah juga dapat terjadi apabila membelanjakan semua harta tanpa mempertimbangkan kemaslahatan diri sendiri (Itr, 1986). Pemahaman ini juga dapat dimaknai sebagai anjuran untuk belajar mengontrol diri agar terhindar dari segala macam bentuk *isrāf*. Dengan adanya kontrol terhadap diri seperti ini, seseorang dapat menjaga keberlangsungan hidup yang baik juga keseimbangan ekonomi (Al-Asqalānī, 1986). Meski begitu, pemahaman terhadap perilaku *isrāf* tidak memiliki batasan normatif terhadapnya sebab dipengaruhi oleh konstruksi lingkungan dan budaya sekitar. Sebagai contoh, seseorang yang memiliki jumlah pakaian melebihi sepuluh jenis yang berbeda dianggap sebagai perilaku *isrāf* oleh satu orang, namun tidak demikian bagi orang lain (Al-Uṣaimīn, 2006).

Berdasarkan penerapan keenam karakteristik ma'anil Yusuf al-Qardhawi terhadap hadis-hadis *isrāf* di atas, dapat dipahami bahwa konsep *isrāf* harus dipahami dalam kerangka keseimbangan dan kesesuaian dengan ajaran al-Qur'an dan hadis sahih. Hadis-hadis tersebut mengindikasikan keselarasan dalam mengajarkan larangan terhadap berlebih-lebihan (bahkan hingga dapat memicu kesombongan) dalam berbagai aspek kehidupan, sehingga dibutuhkan pengendalian diri agar terhindar dari perilaku *isrāf*. Larangan *isrāf* yang terdapat dalam hadis juga menunjukkan bahwa tindakan yang melampaui batas (*isrāf*) dianggap sebagai ketidakbijaksanaan dalam menggunakan sumber daya yang dianugerahkan oleh Allah. Dengan demikian, apa yang disampaikan dalam hadis-hadis tersebut perlu adanya fleksibilitas dalam memahami *isrāf* sebagai tindakan berlebihan yang harus dicegah, namun tetap memperhitungkan konteks sosial dan budaya serta perkembangan teknologi dan kemajuan zaman yang melingkupinya.

Relevansi Hadis dengan Perilaku Konsumtif Masa Kini

Dalam menganalisis perilaku konsumtif, maka digunakan bantuan teori konsumersime milik Jean Baudrillard. Konsumerisme menawarkan pandangan yang berbeda dengan menekankan pada makna simbolis dan nilai tanda suatu objek,

sebaliknya dari pendekatan tradisional yang menilai objek berdasarkan kegunaannya. 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. Budaya konsumerisme ini dapat diidentifikasi melalui tanda-tanda tertentu dalam perilaku konsumtif masyarakat yang 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), yang didefinisikan sebagai proses representasi suatu objek sebagai referensi dan pada akhirnya dianggap menggantikan objek aslinya. Ukurannya yakni melalui pemahaman dan respons partisipan terhadap pengaruh media, iklan, dan representasi konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk melengkapi konsep *simulacra*, maka dibutuhkan *hyperreal consumerism* guna memahami ukuran tingkat *hyperreality* dalam perilaku konsumtif, yaitu sejauh mana konsumsi dianggap lebih nyata daripada realitanya. Ini dapat diidentifikasi melalui persepsi partisipan terhadap produk, merek, atau gaya hidup yang menciptakan pengalaman konsumtif yang melebihi realitas (Baudrillard, 2012, hal. 57).

Fenomena *isrāf*, atau perilaku berlebihan dalam pengeluaran, sangat relevan dengan beberapa tren masa kini seperti *mukbang*, *PayLater*, dan *flexing*. *Mukbang*, dimana individu mengonsumsi makanan dalam jumlah besar di depan kamera, sering kali mempromosikan konsumsi yang tidak sehat dan berlebihan, dapat dianggap sebagai bentuk *isrāf* dalam hal makanan. *PayLater*, layanan yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang sekarang dan membayarnya nanti, sering kali mendorong perilaku konsumtif yang tidak bertanggung jawab, meningkatkan risiko hutang dan pengeluaran berlebihan. Sementara itu, *flexing* atau pamer kekayaan di media sosial mencerminkan *isrāf* yang tidak hanya memicu kecemburuan sosial tetapi juga mendorong gaya hidup yang tidak berkelanjutan. Ketiga fenomena ini menunjukkan bagaimana *isrāf* dapat muncul dalam berbagai aspek kehidupan modern dari konsumsi makanan hingga pengelolaan keuangan dan perilaku sosial.

1. Fenomena *mukbang*

Mukbang adalah sebuah fenomena dimana individu mengonsumsi makanan dalam jumlah besar sambil merekam dan menyiarkan kegiatan tersebut secara langsung melalui internet. Tren *mukbang* yang pertama kali muncul di Korea Selatan pada tahun 2011 ini (Latifa & Putri, 2023, hal. 13) sering kali bertentangan dengan etika makan dalam Islam, seperti makan dalam porsi berlebihan dan tidak membaca doa terlebih dahulu. Dalam al-Qur'an dan hadis, terdapat larangan untuk makan dengan porsi besar dalam satu waktu, yang tergolong sebagai perilaku *isrāf* atau berlebih-lebihan. Secara implisit, larangan ini menekankan pentingnya menjaga keseimbangan dan tidak berlebihan dalam segala hal, termasuk dalam hal makan. Hal ini tidak hanya untuk menjaga kesehatan fisik, tetapi juga untuk menghindari sifat boros dan sombong yang dapat merusak diri sendiri dan hubungan dengan orang lain. Beberapa hadis yang berhubungan dengan larangan berlebihan dalam makan dapat dilihat sebagai berikut:

“...Dari Anas bin Malik RA, Rasulullah SAW bersabda: Salah satu ciri berlebihan (*isrāf*) adalah Anda makan setiap yang Anda inginkan.” (HR Ibnu Majah No 3345).

“...Dari Abdullah bin 'Amru bin 'Āṣ RA, Rasulullah SAW bersabda: Makanlah, minumlah, berpakaianlah, dan bersedekahlah tanpa berlebihan (*isrāf*) dan tanpa kesombongan.” (HR Ibnu Majah).

Hadis pertama menekankan pentingnya pengendalian diri dalam hal makan. Makan setiap yang diinginkan tanpa batasan menunjukkan kurangnya disiplin dan kontrol diri, yang dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan seperti obesitas dan penyakit terkait pola makan tidak sehat. Selain itu, perilaku ini juga mencerminkan sikap tidak bersyukur atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT. Dalam konteks sosial, kebiasaan makan berlebihan dapat menciptakan ketidakadilan bagi sebagian orang yang mengalami ketidakcukupan atau kekurangan makanan. Oleh karena itu, hadis ini mengajarkan pentingnya untuk selalu menjaga keseimbangan dan tidak berlebihan dalam makan.

Sedangkan dalam hadis kedua yakni panduan yang lebih luas tentang bagaimana menjalani kehidupan sehari-hari dengan seimbang dan sederhana. Panduan ini tidak hanya berlaku dalam hal makan dan minum, tetapi juga dalam berpakaian dan bersedekah. Adanya larangan berlebihan (*isrāf*) dan kesombongan dalam hadis ini menunjukkan bahwa Islam mendorong umatnya untuk hidup dengan sederhana dan rendah hati. Berlebihan dalam hal apapun, termasuk makan, minum, berpakaian, dan bersedekah, dapat menyebabkan kerusakan fisik dan spiritual. Misalnya, makan berlebihan dapat menyebabkan masalah kesehatan, sementara berpakaian dan bersedekah dengan niat untuk pamer dapat merusak hubungan sosial dan menimbulkan rasa iri dan kebencian. Dengan begitu, hadis ini mengajarkan kita untuk selalu bersikap moderat dan rendah hati dalam segala aspek kehidupan.

Meskipun fenomena *mukbang* telah menjadi tren populer di berbagai negara termasuk Indonesia, namun *mukbang* juga menimbulkan berbagai isu sosial, termasuk kesenjangan sosial. *Mukbang* sering kali menampilkan konsumsi makanan dalam jumlah besar yang berlebihan, yang kontras dengan kenyataan bahwa banyak orang di dunia, termasuk di Indonesia, masih mengalami kelaparan dan kekurangan gizi (Farda, 2023, hal. 350). *Mukbang* sendiri juga mempunyai efek yang kurang baik jika terus-menerus dilakukan, karena jumlah kalori makanan yang masuk akan semakin banyak dan menumpuk di dalam tubuh, sehingga metabolisme tubuh terganggu berupa gangguan pencernaan bahkan obesitas (Makarim, 2022).

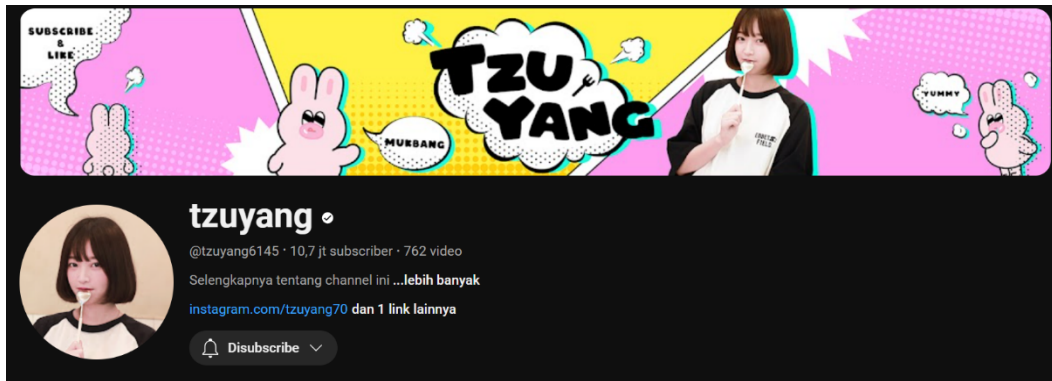
Terkait fenomena ini, beberapa video di media sosial khususnya *youtube* menunjukkan para kreator melakukan *mukbang* dapat dilihat pada tangkapan layar dari video *mukbang* akun *youtube* @tanboy kun; @tzuyang; dan @cantomando sebagai berikut:



Source: <https://www.youtube.com/tanboykun>
Gambar 1. Profil akun mukbang @tanboykun



Source: <https://youtu.be/9knaYD8q3LE?si=Jr0QwFRsgERrWxMM>
Gambar 2. Video mukbang dalam akun @tanboykun



tzuyang •

@tzuyang6145 · 10,7 jt subscriber · 762 video

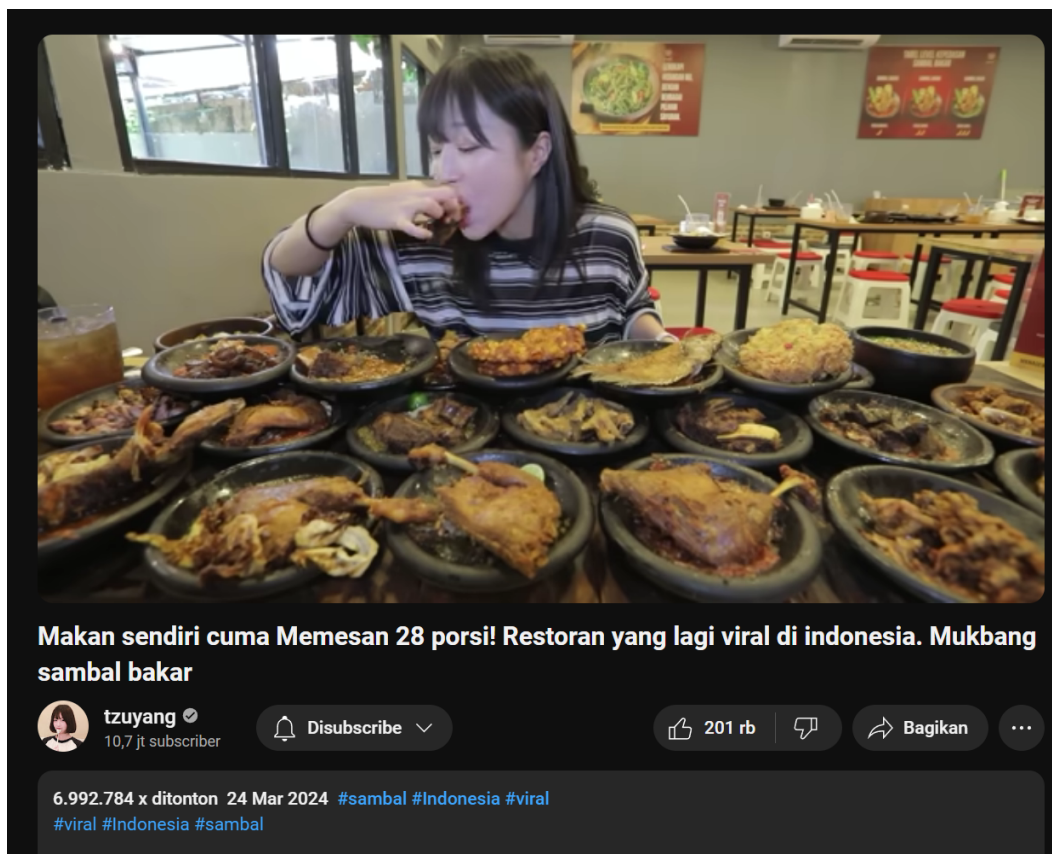
Selengkapnya tentang channel ini ...[lebih banyak](#)

[instagram.com/tzuyang70](https://www.instagram.com/tzuyang70) dan 1 link lainnya

🔔 Disubscribe ▾

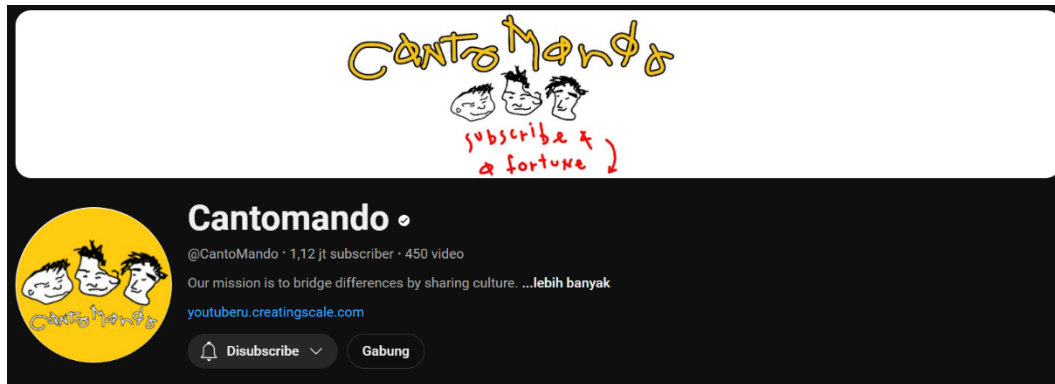
Source: <https://www.youtube.com/@v-tzuyang>

Gambar 3. Profil akun *mukbang* @tzuyang



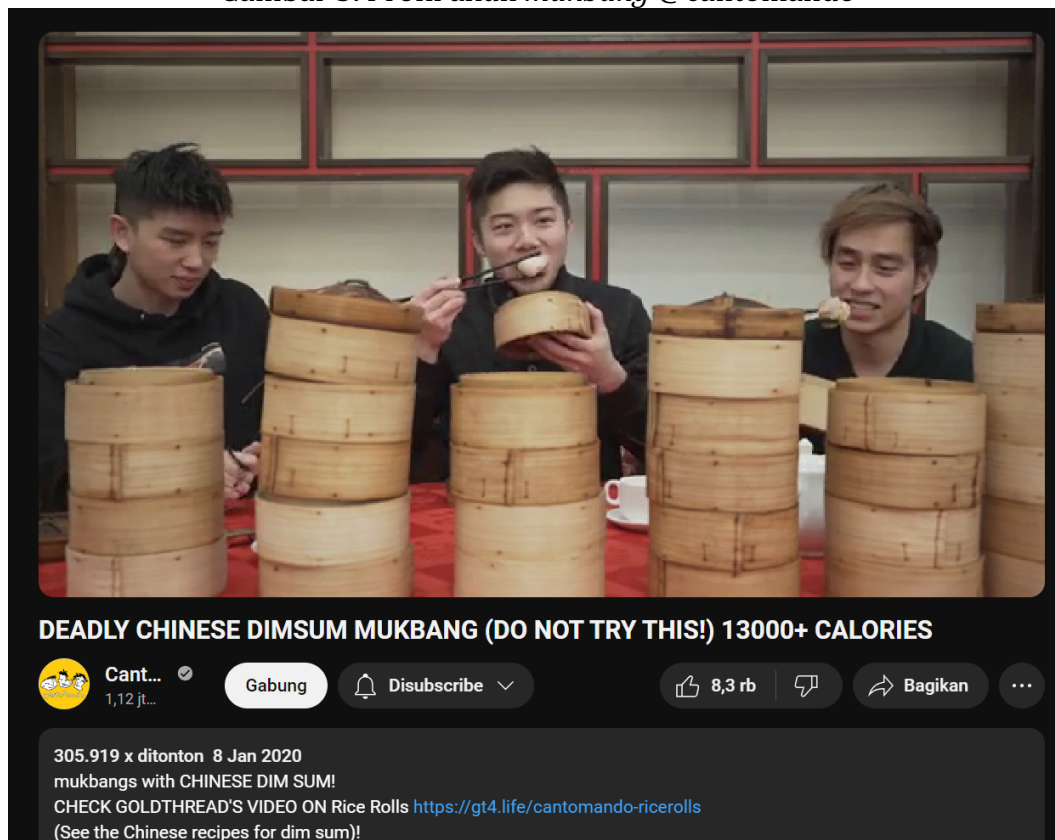
Source: https://youtu.be/Ufm1dMLahZs?si=wOt_n4rnq3Kn00xL

Gambar 4. Video *mukbang* dalam akun @tzuyang



Source: <http://www.youtube.com/@CantoMando>

Gambar 5. Profil akun *mukbang* @cantomando



Source: <https://youtu.be/k08g8gBYYFg?si=lpi5ZVuhfbDmxTcy>

Gambar 6. Video *mukbang* dalam akun @cantomando

Dari beberapa video tersebut, beberapa analisis dapat diambil dari sudut pandang *simulacra* dan *hyperreal consumerism*. Penonton mungkin merasa terhibur dan mendapatkan kepuasan visual dari melihat orang lain makan dalam jumlah besar, namun di sisi lain juga menimbulkan perasaan bersalah atau tidak puas dengan makanan yang mereka miliki (Fauzan, 2023). *Mukbang* secara tidak langsung dapat mempromosikan pola makan yang tidak sehat, seperti makan berlebihan dan konsumsi makanan cepat saji, yang berdampak negatif pada kesehatan baik para *mukbanger* maupun penontonnya. Selain itu, *mukbang* dapat memperkuat stereotip

dan ekspektasi sosial tentang konsumsi makanan, memperparah kesenjangan sosial dengan menonjolkan perbedaan antara mereka yang mampu membeli makanan dalam jumlah besar dengan mereka yang tidak mampu membelinya.

2. Fenomena penggunaan *PayLater*

Dalam ajaran Islam, pembelanjaan harta memiliki batasan-batasan yang jelas, terutama terkait dengan pemenuhan kebutuhan pokok. Batasan ini dimaksudkan untuk menjaga keseimbangan dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan (*isrāf*). *Isrāf* adalah perilaku seseorang yang mengacu pada pengeluaran berlebihan, termasuk hal-hal yang diperbolehkan, sehingga dapat mengakibatkan pemborosan dan ketidakseimbangan dalam kehidupan finansial. Islam memandang bahwa setiap bentuk pengeluaran haruslah berlandaskan pada prinsip keseimbangan dan kehati-hatian, agar harta yang dimiliki dapat digunakan secara bijaksana. Dalam QS. Al-Furqan: 67, dapat dipahami bahwa Islam sangat memperhatikan sikap dan pola manajemen keuangan. Prinsip keseimbangan ini bertujuan melindungi individu dari perilaku konsumtif yang dapat mengarah pada *isrāf*. Hal ini juga diperkuat dalam hadis Rasulullah SAW sebagaimana kutipan berikut: “.....Makan dan minumlah, berpakaian dan bersedekahlah tanpa berlebihan dan kesombongan.” (HR. Bukhari). Dengan begitu, umat Islam dianjurkan menghindari sikap berlebihan dalam makan, minum, berpakaian, dan bersedekah yang dapat menimbulkan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain.

Pada konteks modern, perilaku *isrāf* dapat terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dilihat melalui layanan *PayLater*. Layanan ini menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang atau jasa tanpa harus membayar secara langsung, namun dengan janji untuk membayar di kemudian hari. Kemudahan transaksi ini menjadikan konsumen tergoda membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, seperti karena tergiur oleh promosi produk iklan di media sosial (Juita et al., 2023, hal. 439). Dalam perspektif teori *simulacra* Jean Baudrillard, fenomena *PayLater* dapat dilihat sebagai manifestasi dari simulasi dan tanda-tanda yang telah menggantikan realitas. Baudrillard berpendapat bahwa dalam dunia modern, realitas telah tergantikan oleh representasi atau simulasi yang tidak lagi memiliki hubungan langsung dengan objek aslinya (Asharudin, 2023, hal. 910).¹

Fenomena *PayLater* adalah contoh nyata dari bagaimana simulasi dan tanda-tanda tersebut memengaruhi perilaku konsumtif yang membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi karena representasi media yang “membangun kepercayaan” bahwa mereka membutuhkan barang tersebut. Inilah yang menyebabkan konsumsi menjadi lebih tentang citra dan simbol daripada kebutuhan nyata, menciptakan dunia di mana orang terjebak dalam siklus ilusi dan representasi media (Purwanti, 2022). Fenomena *PayLater* ini adalah contoh nyata bagaimana perilaku konsumtif dipengaruhi oleh simulasi dan tanda-tanda tersebut. Dalam hal ini, QS. Al-Isra ayat 29 memberikan nasihat pentingnya menjaga keseimbangan dalam pengeluaran agar tidak menimbulkan penyesalan dan kesulitan di kemudian hari. Dalam konteks

¹ Ropip Asharudin, “Analisis Pemikiran Jean Baudrillard Tentang Simulasi Dan Realitas Dalam Konteks Era Digital,” *Gunung Djati Conference Series* 24 (2023). 910.

PayLater, nasihat ini sangat relevan dalam mengingatkan banyak orang yang tergoda untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Kemudahan ini menciptakan ilusi kemampuan finansial yang lebih besar daripada kenyataan, sehingga mengarah pada perilaku konsumtif berlebihan dan potensi masalah keuangan di masa depan. Dalam teori *sign and value* Baudrillard (yang mengarah pada konsep *simulacra*), ilusi ini merupakan bentuk simulasi menggantikan realitas finansial seseorang yang menciptakan dunia dengan kemampuan membeli lebih besar dari yang sebenarnya.

Menurut Sekar Putih Djarot, yang menjabat sebagai Juru Bicara Otoritas Jasa Keuangan (OJK), istilah *PayLater* mengacu pada transaksi keuangan yang memungkinkan penundaan pembayaran atau pemberian kredit, yang harus dilunasi pada waktu tertentu di masa mendatang. Selama digunakan dengan bijak dan penuh tanggung jawab, *PayLater* sebenarnya dapat membantu meringankan beban finansial masyarakat, terutama bagi mereka yang membutuhkan namun terhalang oleh kondisi ekonomi (Yonatan, 2024).

Di Indonesia, penggunaan layanan *PayLater* semakin meluas. Beberapa platform e-commerce besar di Indonesia telah mengadopsi fitur ini. Shopee, misalnya, memperkenalkan layanan *PayLater* pada tahun 2019, dengan batas pinjaman yang kini mencapai Rp15 juta. Selain Shopee, GoPay juga menawarkan layanan serupa, yaitu GoPay *PayLater*, meskipun tidak semua pengguna dapat mengaksesnya. Hanya mereka yang telah terdaftar sebagai pengguna GoPay Plus yang dapat memanfaatkan fitur ini. Seiring dengan meningkatnya pengguna *PayLater*, semakin banyak pula aplikasi dan platform e-commerce yang menyediakan layanan ini bagi masyarakat (Yonatan, 2024).

Pertumbuhan Penggunaan PayLater di Indonesia

(2019-2023)



Sumber: OJK

GoodStats

Source: goodstats.id

Gambar 7. Tingkatan Penggunaan *PayLater* Per-Tahun

OJK melaporkan bahwa jumlah kontrak pembiayaan *PayLater* di Indonesia mencapai 79,92 juta pada tahun 2023. Angka ini mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2019, di mana hanya tercatat 4,63 juta kontrak *PayLater*. OJK juga mencatat bahwa peningkatan rata-rata tahunan mencapai 144,35%. Angka ini diperkirakan akan terus bertambah seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap sistem *PayLater*. Bahkan, pada Maret 2024, nilai outstanding piutang pembiayaan *PayLater* di Indonesia telah mencapai Rp 6,13 triliun, mengalami kenaikan sebesar 23,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Besarnya angka ini mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan *PayLater* (Yonatan, 2024).

Penggunaan *PayLater* yang tidak terkendali dapat mengancam stabilitas keuangan pribadi seseorang. Pada dasarnya, *PayLater* merupakan bentuk utang yang harus dilunasi di masa depan. Risiko utang ini dapat meningkat karena jumlah pembayaran yang harus diselesaikan oleh pengguna akan bertambah dengan adanya bunga dan biaya tambahan lainnya. Menurut Kementerian Keuangan Indonesia, beberapa risiko yang dapat terjadi pada penggunaan *PayLater* di antaranya adalah gangguan pada pengelolaan keuangan pribadi, adanya biaya tersembunyi, munculnya kecenderungan konsumtif berlebihan, dan menimbulkan risiko pencurian identitas (Yonatan, 2024).

Bukti-bukti tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan banyak konsumen yang menggunakan layanan ini lebih dari sekali dalam sebulan. Hal ini berarti bahwa layanan *PayLater* dapat memfasilitasi perilaku konsumtif yang berlebihan. Meskipun *PayLater* menawarkan banyak kemudahan, risikonya juga besar jika tidak digunakan dengan bijak. Konsumen sering kali tidak menyadari beban finansial yang mungkin mereka hadapi di masa depan, karena terjebak dalam ilusi kemudahan yang ditawarkan oleh layanan ini. Di sinilah relevansi ajaran Islam tentang *isrāf* menjadi sangat penting, karena mengajarkan umat untuk selalu mempertimbangkan kemampuan finansial mereka sebelum melakukan pembelian, dan untuk menghindari pemborosan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Masalah lain yang muncul dari penggunaan *PayLater* adalah potensi peningkatan utang konsumen. Alasan di balik ini adalah banyak konsumen yang tergoda untuk membeli lebih banyak barang karena mereka tidak perlu membayar secara langsung. Bukti menunjukkan bahwa banyak konsumen yang menggunakan *PayLater* untuk membeli barang-barang secara implusif, yang pada akhirnya dapat menyebabkan masalah keuangan. Dengan begitu, penting bagi konsumen untuk menggunakan layanan *PayLater* dengan bijak dan mempertimbangkan kemampuan finansial mereka sebelum melakukan pembelian.

Dengan demikian, perilaku *isrāf* sangat relevan dengan perilaku konsumtif dalam penggunaan *PayLater*. Dalam dunia modern yang dipenuhi dengan simulasi dan representasi media, seperti yang diuraikan oleh Baudrillard, penting bagi setiap individu untuk tetap berpegang pada prinsip-prinsip keseimbangan dan moderasi yang diajarkan oleh Islam. Meskipun *PayLater* menawarkan banyak keuntungan,

masalah utama yang muncul adalah peningkatan perilaku belanja impulsif dan potensi peningkatan utang konsumen. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk menggunakan layanan *PayLater* dengan bijak, mempertimbangkan kemampuan finansialnya sebelum melakukan pembelian, serta selalu mengingat ajaran Islam tentang pentingnya menghindari *isrāf* dan menjaga keseimbangan dalam pengeluaran.

3. Fenomena *flexing*

Fenomena "*flexing*" atau pamer kekayaan di media sosial dapat dianalisis melalui teori *sign value* dari Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, nilai suatu objek tidak hanya ditentukan oleh fungsi atau kegunaannya, tetapi juga oleh nilai tanda (*sign value*) yang melekat padanya (Oktavianingtyas et al., 2021, hal. 115–116). Dalam konteks *flexing*, barang-barang mewah seperti mobil sport, pakaian desainer, atau gadget terbaru tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, pakaian, maupun alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol status sosial dan identitas diri. Fenomena ini berkaitan erat dengan konsep *isrāf* dalam era modern, di mana konsumsi berlebihan dan pemborosan menjadi bagian dari gaya hidup yang dipamerkan untuk mendapatkan pengakuan sosial. Dengan demikian, *flexing* tidak hanya mencerminkan perilaku konsumtif, tetapi juga menunjukkan bagaimana nilai tanda dari barang-barang mewah digunakan untuk membangun citra diri di mata publik.

Lebih jauh, praktik *flexing* ini menempatkan individu dalam sebuah siklus konsumerisme yang tak berkesudahan, di mana nilai seseorang sering kali diukur berdasarkan kemampuannya untuk memamerkan barang-barang yang memiliki nilai tanda tinggi. Dalam hal ini, konsep *isrāf* menjadi semakin relevan, terutama ketika perilaku tersebut melibatkan pemborosan yang tidak sejalan dengan prinsip kesederhanaan yang diajarkan dalam Islam. Sebagai contoh, fenomena ini dapat diamati pada selebritas dan influencer yang kerap memamerkan koleksi pakaian desainer atau aksesoris mewah di media sosial, pada akhirnya mendorong pengikut mereka untuk mengikuti jejak tersebut, sering kali tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial mereka sendiri. Pada titik ini, *isrāf* bukan hanya melibatkan pemborosan materi, tetapi juga pengabaian terhadap tanggung jawab dalam mengelola harta pribadi, di mana kepuasan sementara dari pengakuan sosial lebih diutamakan dibandingkan dengan nilai-nilai kebutuhan dan kepatutan.

Perilaku *isrāf* atau berlebihan dalam berpakaian semakin jelas terlihat dalam fenomena "*flexing*," terutama di kalangan "crazy rich palsu" seperti Indra Kenz. Mereka kerap memamerkan gaya hidup mewah dengan mengenakan pakaian dan aksesoris mahal, bukan karena kebutuhan, melainkan untuk meningkatkan status sosial di mata publik. Di media sosial, Indra Kenz sering membagikan foto-foto mereka mengenakan *outfit* dari merek-merek ternama seperti Gucci, Louis Vuitton, Zara dan Balenciaga, lengkap dengan aksesoris mewah seperti jam tangan Rolex dan tas Hermes.



Source:

https://www.instagram.com/reel/CXGK3T6siy2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Gambar 8. *Flexing* Merek Pakaian Indra Kenz



Source:

https://www.instagram.com/reel/CXGK3T6siy2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Gambar 9. *Flexing* Harga Pakaian Indra Kenz

Fenomena ini tidak hanya menunjukkan konsumsi yang berlebihan, tetapi juga mencerminkan bagaimana pakaian digunakan sebagai alat untuk mengekspresikan kekayaan yang sebenarnya tidak selalu dimiliki. *Isrāf* dan *flexing* sangat relevan karena keduanya menggambarkan sikap berlebihan dalam konsumsi dan pameran kekayaan yang tidak proporsional dengan kebutuhan nyata. Sebagaimana telah dijelaskan dalam dalil-dalil Al-Qur'an dan hadis, *isrāf* ini sangat erat kaitannya dengan perilaku sombong, di mana kesombongan untuk memamerkan sesuatu yang berlebihan termasuk dalam kategori *isrāf*. Dengan demikian, perilaku *flexing* dalam berpakaian, seperti yang dipamerkan oleh Indra Kenz dan Doni Salmanan, bukan hanya sekadar tindakan berlebihan, tetapi merupakan manifestasi *isrāf* di era modern bertentangan dengan prinsip-prinsip agama yang mengajarkan kesederhanaan dan kerendahan hati.

Pada akhirnya, fenomena *flexing* yang marak di media sosial, terutama dalam konteks berpakaian, tidak hanya mencerminkan kecenderungan masyarakat modern terhadap konsumsi berlebihan, tetapi juga mengungkapkan bagaimana nilai tanda (*sign value*) dari barang-barang mewah digunakan untuk membentuk identitas dan status sosial. Indra Kenz adalah salah satu contoh nyata bagaimana *isrāf* yang tercermin dalam perilaku *flexing* telah menjadi simbol kemewahan semu yang dipamerkan tanpa mempertimbangkan esensi dari kebutuhan dan kesederhanaan. Dengan demikian, perilaku ini bukan hanya mencerminkan pemborosan material, tetapi juga pengabaian terhadap tanggung jawab moral dalam mengelola harta dan menahan diri dari perilaku sombong. Oleh karena itu, memahami dan mengkritisi fenomena ini menjadi penting agar masyarakat dapat kembali pada prinsip-prinsip kesederhanaan dan etika yang sejati, serta menjauhi jebakan konsumerisme yang tidak sehat.

Simpulan

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, di antaranya fenomena *mukbang*, di mana seseorang makan dalam porsi besar dalam satu waktu, penggunaan *PayLater* dalam berbelanja secara berlebihan, serta pameran 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. Pada konteks era modern, *isrāf* telah mengalami perubahan bentuk dalam tiga hal: pertama, *isrāf* dalam makan diwujudkan melalui fenomena *mukbang* di media sosial; kedua, *isrāf* dalam berpakaian terkait dengan fenomena *flexing*; dan ketiga, *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.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang perlu untuk dikaji lebih mendalam di masa mendatang. Penulis berharap adanya penelitian lanjutan mengenai *isrāf* dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif di era digital. Peneliti

selanjutnya juga dapat memperluas studi ini dengan menggunakan teori perilaku konsumen yang berbeda atau mengeksplorasi hadis yang sama dalam konteks fenomena lain yang lebih relevan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang relevansi ajaran Nabi terkait *isrāf* dengan berbagai manifestasi perilaku konsumtif di era modern.

Referensi

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2).
- Al-Adawi, A. (n.d.). *Ihdā Ad-Dībājah Bi Syarḥ Sunan Ibn Mājah* (Vol. 1). Maktabah Dar al-Yaqin.
- Al-Ashfahani, A.-R. (2013). *Mu'jam Mufradat Alfaz Al-Qur'an*. Dar Al-Kotob Al-ilmiah.
- Al-Asqalānī, I. Ḥajar. (1986). *Fath Al-Bārī* (Vol. 10). Dar ar-Rayyan.
- Al-Bukhari, I. (2018). *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, Bab Qaulillāhi Ta'āla: Qul Man Ḥarrama Zīnatallāh allatī 'Akhraja Li'ibādih, Juz 18*. CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software.
- Al-Jawi, A.-'Allamah A.-S. M. N. (2017). *TAFSIR AL-MUNĪR (Marāh Labīd)* (B. A. Bakar (Penerj.); 2 ed., Vol. 2). Penerbit Sinar Baru Algesindo.
- Al-Qardhawi, Y. (2000). *Kaifa Nata'āmal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyah*. Dar al-Syuruq.
- Al-Uṣaimīn, M. bin Ṣāliḥ. (2006). *Fath Zī Al-Jalāl Wa al-Ikrām Bi Syarḥ Bulūgh al-Marām*. al-Maktabah al-Islamiyyah.
- An-Nasa'i, I. (2018). *Sunan an-Nasā'i, Bab al-Ikhtiyāl fī aṣ-Ṣadaqah, Juz 8*. CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software.
- Asharudin, R. (2023). Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. *Gunung Djati Conference Series*, 24, 906–921.
- Baudrillard, J. (2012). *The Consumer Society: Myths and Structures, Reprinted, Theory, Culture & Society*. Calif.: SAGE.
- Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam* (v7.2.1). (2015). Saltanera. <https://hadits.in/>
- Farda, V. R. (2023). Mukbang Analisis Patologi Sosial Tentang Konsumsi Makanan Ekstrem Di Internet. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 348. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i4.8118>
- Farikhin, A. (2022). Konsep Manajemen Harta dalam Perspektif Hadis. *Diroyah : Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 7(1).
- Faris, A.-R. A. Bin. (1979). *Maqoyi Al-Lughah*. Dar al-Fikri.
- Fauzan, ahmad. (2023). Analisis aktivitas mukbang di sosial media perspektif konsumsi islam dan maqashid syariah. *El-Iqtishod*, 7(2), 54–69.
- Fromm, E. (1996). *Revolusi Harapan Menuju Masyarakat Teknologi Yang Manusiawi* (Kamdani (Penerj.)). Pustaka Pelaja.
- Hanbal, A. bin. (2015). *Musnad Ahmad*. Ensiklopedi Hadits - Kitab 9 Imam, Lidwa Pusaka.
- Hanbal, A. bin. (2018a). *Musnad Aḥmad, Bab Musnad 'Abdillah bin 'Amr bin al-Āṣ, Juz 13*. CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software.
- Hanbal, A. bin. (2018b). *Musnad Aḥmad, Bab Musnad 'Abdillah bin 'Amr bin al-Āṣ, Juz 14*. CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software.
- Itr, N. (1986). *Ilām al-Anām Bi Syarḥ Bulūgh al-Marām Min Aḥādīs al-Aḥkām* (Vol. 4).

Maktabah al-Yamamah.

- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2023). Understanding Impulsive Buying Behaviour Among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and its Implication for Overconsumption and The Environment. *Management Analysis Journal*, 12(4), 433–440. <https://doi.org/10.15294/maj.v12i4.75816>
- Latifa, M., & Putri, F. (2023). Fenomena Mukbang Dalam Perspektif Hadits. *El-Rusyd*, 8(1).
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 01(12).
- Majah, I. I. (2018a). *Sunan Ibn Mājah, Bab al-Bas Mā Syi`ta, Juz 10*. CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software.
- Majah, I. I. (2018b). *Sunan Ibn Mājah, Bab Mā Jā`a fī al-Qaṣd fī al-Wuḍū`, Juz 2*. CD al-Maktabah al-Syāmilah, Global Islamic Software.
- Makarim, dr. F. R. (2022). *Cek Fakta: Bahaya Mukbang Bagi Kesehatan. Maktabah Syamilah* (4.0). (2022). Muassasah al-Maktabah asy-Syamilah.
- Manzur, I. (2009). *Lisan Al-Arab* (Juz 9). Dar Al-Khotob Al-Ilmiyah.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian*. Remaja Rosdakarya.
- Oktavianingtyas, I., Seran, A., & Sigit, R. R. (2021). Jean Baudrillard and His Main Thought. *Propaganda*, 1(2), 113–121.
- Purwanti, S. (2022). Melihat Dunia dengan Simulakra (Mengkaji Baudrillard dan Masyarakat Konsumsi). *Jurnal Komunikatif*, 11(2), 220–230. <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4328>
- Shihab, M. Q. (2021a). *Tafsir Al-Misbah* (Vol. 4). PT. Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2021b). *Tafsir Al-Misbah* (Vol. 9). PT. Lentera Hati.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2).
- Yonatan, A. Z. (2024). *Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL>
- Yunus, M. (1989). *Kamus Arab-Indonesia*. PT. Mahmud Yunus Wadzurriyyah.