



## Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Lalonggombu Kecamatan Lainea Kabupaten Konawe Selatan

Murni Nia<sup>1</sup>, Murniati<sup>2</sup>, Wahyu Muh. Syata<sup>3</sup>, Yuli Regina Tasman<sup>4</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Halu Oleo,  
Kota Kendari, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

\*Email Korespondensi: [murninia@uho.ac.id](mailto:murninia@uho.ac.id)

Diterima: 03-05-2026 | Disetujui: 07-05-2026 | Diterbitkan: 09-05-2026

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the consumptive behavior of the community in Lalonggombu Village, Lainea District, Konawe Selatan Regency from an Islamic economic perspective. This study employs a qualitative approach with a descriptive method to explore in depth the phenomenon of consumptive behavior within the community. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving village residents as informants. The results show that the community's consumptive behavior is characterized by a tendency to make excessive and unplanned purchases, as well as prioritizing wants over needs. Factors influencing this behavior include ease of access to goods, social environmental influences, and the presence of attractive promotional offers. From an Islamic economic perspective, such consumptive behavior is not fully in line with Islamic consumption principles, which emphasize moderation, avoidance of extravagance (israf), and prioritization of needs over desires. In conclusion, the consumptive behavior of the community in Lalonggombu Village reflects a deviation from Islamic economic principles in managing consumption. Therefore, it is necessary to enhance public awareness and understanding of the importance of applying Islamic economic values in consumption activities in order to achieve a balance between worldly needs and spiritual values.*

**Keywords:** *Consumptive Behavior; Islamic Economic; Rural Community.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif masyarakat Desa Lalonggombu, Kecamatan Lainea, Kabupaten Konawe Selatan dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam fenomena perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat. Data diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang merupakan masyarakat desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat ditandai dengan kecenderungan melakukan pembelian secara berlebihan, tidak terencana, serta lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Faktor yang memengaruhi perilaku tersebut antara lain kemudahan akses terhadap barang, pengaruh lingkungan sosial, serta adanya berbagai bentuk promosi yang menarik. Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumtif tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi Islami yang menekankan pada sikap sederhana, tidak berlebihan (israf), serta mengutamakan kebutuhan daripada keinginan.

Dengan demikian, perilaku konsumtif masyarakat Desa Lalonggombu menunjukkan adanya penyimpangan dari prinsip ekonomi syariah dalam hal pengelolaan konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menerapkan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas konsumsi agar tercipta keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan nilai-nilai spiritual.

**Katakunci:** Perilaku Konsumtif; Ekonomi Syariah; Masyarakat Desa.

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Nia, M., Murniati, M., Syata, W. M., & Tasman, Y. R. (2026). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Di Desa Lalonggombu Kecamatan Lainea Kabupaten Konawe Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 498-504. <https://doi.org/10.63822/6mf6vs49>

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam pola konsumsi. Kemudahan dalam mengakses berbagai kebutuhan serta meningkatnya arus informasi telah mendorong masyarakat untuk melakukan aktivitas konsumsi secara lebih intensif. Kondisi ini secara tidak langsung memunculkan fenomena perilaku konsumtif, yaitu perilaku yang cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan dalam kegiatan konsumsi (Sumartono, 2002). Perilaku konsumtif menjadi salah satu karakteristik masyarakat modern yang tidak hanya terjadi di wilayah perkotaan, tetapi juga mulai merambah masyarakat pedesaan.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu dalam membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan secara rasional (Tambunan, 2001). Selain itu, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses terhadap produk, perkembangan teknologi, serta pengaruh lingkungan sosial (Suryani, 2013). Dalam konteks masyarakat saat ini, perkembangan media digital dan promosi yang semakin masif turut mendorong peningkatan aktivitas konsumsi yang cenderung tidak terkendali.

Dalam perspektif ekonomi konvensional, konsumsi seringkali diartikan sebagai upaya untuk memaksimalkan kepuasan (*utility*) individu. Namun, dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepuasan semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip Islam. Konsumsi dalam Islam menekankan pada keseimbangan, kesederhanaan, serta larangan untuk berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabzir*) (Al-Ghazali, 2004). Prinsip ini menegaskan bahwa setiap individu harus mampu mengendalikan diri dalam memenuhi kebutuhan agar tidak melampaui batas yang telah ditetapkan.

Menurut Yusuf al-Qaradawi (2001), perilaku konsumsi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab. Lebih lanjut, Monzer Kahf (1992) menjelaskan bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya mempertimbangkan aspek duniawi, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan yang seimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang berlebihan jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi syariah.

Fenomena perilaku konsumtif juga dapat ditemukan pada masyarakat di Desa Lalonggombu, Kecamatan Lainea, Kabupaten Konawe Selatan. Masyarakat yang sebelumnya memiliki pola konsumsi sederhana kini mulai mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi dan kemudahan dalam memperoleh barang. Kecenderungan untuk melakukan pembelian yang tidak terencana serta meningkatnya orientasi terhadap keinginan menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat desa tidak terlepas dari pengaruh modernisasi dan perkembangan teknologi informasi. Kemudahan dalam memperoleh barang serta meningkatnya akses terhadap berbagai produk menjadi faktor yang mendorong masyarakat untuk melakukan konsumsi secara berlebihan. Jika tidak dikendalikan, perilaku ini dapat berdampak pada kondisi ekonomi masyarakat serta bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang menekankan kesederhanaan dan keseimbangan dalam konsumsi.

Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk dilakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya pada masyarakat Desa Lalonggombu, Kecamatan

-----  
*Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Lalonggombu  
Kecamatan Lainea Kabupaten Konawe Selatan*

(Nia, et al.)

Lainea, Kabupaten Konawe Selatan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi perilaku konsumsi masyarakat serta menjadi bahan evaluasi dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam kehidupan sehari-hari.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis perilaku konsumtif masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena perilaku konsumsi masyarakat serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Lalonggombu, Kecamatan Lainea, Kabupaten Konawe Selatan. Subjek penelitian adalah masyarakat yang melakukan aktivitas konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Penentuan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan memilih individu yang dianggap mengetahui dan terlibat langsung dalam perilaku konsumsi, seperti masyarakat yang aktif melakukan pembelian barang, baik secara langsung maupun melalui media digital.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan terkait pola konsumsi, alasan pembelian, serta pemahaman mereka terhadap prinsip konsumsi dalam ekonomi syariah. Data sekunder diperoleh dari literatur, buku, jurnal, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali informasi terkait perilaku konsumtif masyarakat. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kebiasaan konsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data yang mendukung hasil penelitian.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan, penyajian data disusun dalam bentuk narasi deskriptif, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga diperoleh data yang valid dan dapat dipercaya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Lalonggombu, Kecamatan Lainea, Kabupaten Konawe Selatan, ditemukan bahwa perilaku konsumtif masyarakat mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan teknologi dan kemudahan dalam memperoleh barang. Masyarakat tidak hanya melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga untuk memenuhi keinginan yang bersifat sekunder dan tersier. Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif sebagaimana dikemukakan oleh Sumartono (2002), yaitu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional.

Perilaku konsumtif masyarakat ditandai oleh kecenderungan melakukan pembelian secara

-----  
*Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Desa Lalonggombu  
Kecamatan Lainea Kabupaten Konawe Selatan*

(Nia, et al.)

berlebihan dan tidak terencana. Sebagian masyarakat melakukan pembelian karena adanya dorongan dari luar seperti promosi dan tren yang berkembang. Hal ini sejalan dengan pendapat Tambunan (2001) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh pembelian yang berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan yang jelas. Lebih lanjut, Puspitasari (2021) menjelaskan bahwa dalam perspektif Islam, tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai israf apabila dilakukan secara melampaui batas kepatutan dan tidak mempertimbangkan kemaslahatan.

Selain itu, faktor lingkungan sosial juga memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Interaksi dengan lingkungan sekitar mendorong individu untuk menyesuaikan pola konsumsi, agar tidak tertinggal dari orang lain. Hal ini didukung oleh Suryani (2013) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan lingkungan. Dalam konteks masyarakat pedesaan, Damsar dan Indrayani (2018) mengemukakan bahwa perubahan sosial di pedesaan, termasuk dalam pola konsumsi, terjadi secara dinamis seiring dengan meningkatnya interaksi masyarakat desa dengan budaya konsumsi perkotaan.

Kemudahan akses terhadap barang, baik melalui toko fisik maupun platform digital, turut mendorong meningkatnya perilaku konsumtif. Masyarakat cenderung lebih mudah melakukan pembelian karena proses yang praktis dan cepat. Hal ini sejalan dengan konsep e-commerce yang memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi (Laudon&Traver, 2020). Hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa sebagian masyarakat mengaku sering melakukan pembelian impulsif setelah melihat promosi di media sosial tanpa mempertimbangkan skala prioritas kebutuhan.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat di Desa Lalonggombu mencerminkan adanya pergeseran pola konsumsi dari yang berorientasi pada kebutuhan menjadi lebih berorientasi pada keinginan. Kondisi ini sesuai dengan konsep perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002), di mana individu cenderung melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara rasional. Nasution dan Usman (2007) menambahkan bahwa perubahan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor spiritual dan moral yang semakin tergerus oleh gaya hidup modern.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi seharusnya didasarkan pada prinsip keseimbangan dan kesederhanaan. Islam melarang perilaku konsumsi yang berlebihan (israf) serta pemborosan (tabzir) karena dapat menimbulkan dampak negatif baik secara individu maupun sosial (Al-Ghazali, 2004). Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan prinsip ekonomi syariah.

Menurut Yusuf al-Qaradawi (2001), konsumsi dalam Islam harus dilakukan secara wajar dan tidak melampaui batas serta mempertimbangkan kemaslahatan. Selanjutnya, Monzer Kahf (1992) menyatakan bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada kepuasan duniawi, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang harus diperhatikan. Chapra (2000) memperkuat pandangan ini dengan menjelaskan bahwa sistem ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai falah (kesejahteraan holistik) yang mencakup keseimbangan antara aspek material dan spiritual, sehingga konsumsi yang hanya mengejar kepuasan duniawi semata merupakan bentuk penyimpangan dari tujuan syariah (maqashid syariah).

Faktor promosi dan kemudahan akses menjadi pendorong utama meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat. Promosi yang dilakukan secara intensif dapat memengaruhi keputusan pembelian, bahkan

dalam kondisi yang tidak direncanakan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen. Dalam konteks ini, masyarakat desa yang sebelumnya memiliki pola konsumsi sederhana menjadi lebih mudah terpapar bujukan iklan yang menawarkan berbagai kemudahan dan diskon.

Selain itu, pengaruh lingkungan sosial juga memperkuat perilaku konsumtif masyarakat. Individu cenderung mengikuti pola konsumsi lingkungan sekitarnya agar tetap sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Damsar dan Indrayani (2018) menyebut fenomena ini sebagai *demonstration effect*, di mana masyarakat desa cenderung meniru gaya hidup masyarakat kota yang dianggap lebih modern. Dalam perspektif ekonomi syariah, kondisi ini menunjukkan pentingnya pengendalian diri serta kesadaran individu dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan. Mannan (1997) menekankan bahwa konsumsi dalam Islam harus didasarkan pada hierarki kebutuhan yang mengutamakan dharuriyat (kebutuhan primer), kemudian hajiyat (kebutuhan sekunder), dan terakhir tahsiniyat (kebutuhan tersier), sehingga konsumsi tidak boleh mengabaikan urutan prioritas tersebut.

Al-Haritsi (2006) juga mengingatkan bahwa dalam fikih ekonomi Islam, pengelolaan harta harus dilakukan secara bertanggung jawab karena harta merupakan amanah dari Allah SWT yang akan dipertanggungjawabkan di akhirat. Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang cenderung boros dan tidak terkendali jelas bertentangan dengan prinsip amanah tersebut. Antonio (2001) menambahkan bahwa nilai-nilai ekonomi syariah tidak hanya mengatur aspek transaksi, tetapi juga mencakup aspek moral dan etika dalam berkonsumsi, sehingga diperlukan internalisasi nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas ekonomi masyarakat.

Dengan demikian, perilaku konsumtif masyarakat di Desa Lalonggombu dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, serta menunjukkan adanya penyimpangan dari prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam aktivitas konsumsi. Peningkatan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menerapkan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas konsumsi menjadi langkah strategis agar tercipta keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan nilai-nilai spiritual, sebagaimana dicita-citakan dalam sistem ekonomi Islam (Puspitasari, 2021).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Perilaku konsumtif masyarakat Desa Lalonggombu, Kecamatan Lainea, Kabupaten Konawe Selatan menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan yang ditandai dengan pembelian berlebihan, tidak terencana, serta lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses terhadap barang, intensitas promosi, serta pengaruh lingkungan sosial. Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumtif yang terjadi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi Islami yang menekankan pada keseimbangan, kesederhanaan, serta larangan terhadap perilaku berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabzir*), sehingga diperlukan kesadaran dalam mengelola konsumsi secara bijak dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka peneliti mengajukan saran: Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar masyarakat Desa Lalonggombu lebih meningkatkan kesadaran dalam mengelola perilaku

konsumsi dengan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan serta menghindari pembelian yang berlebihan. Selain itu, masyarakat diharapkan dapat menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam aktivitas konsumsi, seperti bersikap sederhana, tidak berlebih-lebihan, dan mempertimbangkan aspek kemaslahatan. Pemerintah desa dan pihak terkait juga diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai literasi ekonomi syariah agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik dalam mengelola konsumsi secara rasional dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. M. (2004). *Ihya ulumuddin: Revival of the religious sciences (Vol. 3, terjemahan)*. Dar al-Minhaj.
- Al-Haritsi, J. bin A. (2006). *Fikih ekonomi Umar bin Al-Khathab (terjemahan A. S. Al-Khalidi)*. Khalifa.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Chapra, M. U. (2000). *Islam dan tantangan ekonomi (terjemahan I. A. Basri)*. Gema Insani Press.
- Damsar, & Indrayani. (2018). *Pengantar sosiologi perdesaan*. Kencana.
- Kahf, M. (1992). *The theory of consumption*. In M. Sadeq, A. Ghazali, & S. Syed (Eds.), *Readings in microeconomics: An Islamic perspective (pp. 61–76)*. Longman Malaysia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, technology, society (16th ed.)*. Pearson Education.
- Mannan, M. A. (1997). *Teori dan praktik ekonomi Islam (terjemahan M. Nastangin)*. Dana Bhakti Wakaf.
- Nasution, M. E., & Usman, H. (2007). *Proses perubahan perilaku konsumen: Perspektif ekonomi Islam*. Kencana.
- Puspitasari, N. (2021). *Ekonomi konsumsi Islam: Teori dan aplikasi*. Rajawali Pers.
- Rozalinda. (2016). *Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Rajawali Pers.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan temuan empiris*. Ghalia Indonesia.
- Yusuf al-Qaradawi. (2001). *Norma dan etika ekonomi Islam (terjemahan Z. Arifin & D. Hafidhuddin)*. Gema Insani Press.