

**KETIKA PASAR KEHILANGAN MORAL: AKTUALISASI
PEMIKIRAN EKONOMI AL-MAQRIZY DI ERA KONSUMERISME****Siti Mutiah¹, Sarmiana Batubara²**^{1,2}UIN Syahada Padangsidempuan, IndonesiaEmail: siti.mutiah101@gmail.com**ABSTRACT**

The purpose of this study is to analyze the relevance of Al-Maqrizy's economic thought in facing the challenges of consumerism in the modern market. This study aims to explore how Al-Maqrizy's moral teachings, particularly regarding justice, balance, and transparency in transactions, can provide solutions to ethical problems in the contemporary economy. The method used in this study is a qualitative approach with a literature study, in which the author examines Al-Maqrizy's classical texts and contemporary studies on consumerism and its impact on the market. The results of the study indicate that Al-Maqrizy's economic principles such as the importance of morality in trade, avoidance of exploitation, and fair distribution of wealth can be used as a foundation for creating a more ethical and just market. In conclusion, although the modern economy tends to ignore moral values, Al-Maqrizy's teachings remain relevant as guidelines for building a just, balanced, and socially welfare-oriented economic system. The suggestion put forward in this study is the need to integrate Al-Maqrizy's moral principles into contemporary economic policies and business practices to address social inequality arising from consumerism. The implication of this research is that Islamic economic thought, especially that taught by Al-Maqrizy, can be an important alternative in overcoming the moral crisis in the global market and creating a more sustainable and humane economy.

Keywords: *Al-Maqrizy's Economics; Consumerism; Market Morality; Business Ethics; Islamic Economics*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis relevansi pemikiran ekonomi Al-Maqrizy dalam menghadapi tantangan konsumerisme di pasar modern. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana ajaran moral Al-Maqrizy, khususnya mengenai keadilan, keseimbangan, dan transparansi dalam transaksi, dapat memberikan solusi terhadap masalah etika dalam ekonomi kontemporer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur, di mana penulis menelaah teks-teks klasik Al-Maqrizy dan kajian-kajian kontemporer mengenai konsumerisme serta dampaknya terhadap pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip ekonomi Al-Maqrizy seperti pentingnya

moralitas dalam perdagangan, penghindaran eksploitasi, dan distribusi kekayaan yang adil dapat dijadikan landasan untuk menciptakan pasar yang lebih beretika dan berkeadilan. Kesimpulannya, meskipun ekonomi modern cenderung mengabaikan nilai-nilai moral, ajaran Al-Maqrizy tetap relevan sebagai pedoman untuk membangun sistem ekonomi yang adil, seimbang, dan peduli terhadap kesejahteraan sosial. Saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah perlunya integrasi prinsip-prinsip moral Al-Maqrizy dalam kebijakan ekonomi dan praktik bisnis kontemporer untuk mengatasi ketimpangan sosial yang timbul akibat konsumerisme. Implikasi penelitian ini adalah bahwa pemikiran ekonomi Islam, khususnya yang diajarkan oleh Al-Maqrizy, dapat menjadi alternatif penting dalam mengatasi krisis moral dalam pasar global dan menciptakan ekonomi yang lebih berkelanjutan dan manusiawi.

Kata kunci: *Ekonomi Al-Maqrizy; Konsumerisme; Moralitas Pasar; Etika Bisnis; Ekonomi Islam*

A. PENDAHULUAN

Era konsumerisme modern ditandai oleh pola perilaku ekonomi yang berorientasi pada pemuasan keinginan tanpa batas, kompetisi pasar yang semakin ketat, serta eksploitasi informasi dan iklan yang masif. Pasar tidak lagi sekadar menjadi ruang pertukaran barang dan jasa, tetapi berubah menjadi arena yang mendorong gaya hidup konsumtif, hedonistik, dan materialistik. Dalam konteks ini, berbagai praktik yang mengabaikan nilai moral seperti kecurangan informasi, manipulasi harga, eksploitasi konsumen, dan ketimpangan distribusi kekayaan semakin sulit dihindari. Akibatnya, muncul beragam problem etika dalam kegiatan ekonomi kontemporer, mulai dari krisis kepercayaan antara pelaku pasar hingga melemahnya prinsip keadilan sosial dalam distribusi kesejahteraan.

Dalam khazanah ekonomi Islam, Al-Maqrizy menempatkan aktivitas ekonomi dalam bingkai masalah dan maqasid al-syari'ah, sehingga konsumsi, produksi, dan transaksi tidak boleh dipisahkan dari tujuan keadilan, keseimbangan, dan pemeliharaan harta, jiwa, dan akal. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pemikiran Al-Maqrizy banyak digunakan untuk mengkritisi perilaku konsumsi dan praktik bisnis modern. Studi tentang konsumsi impulsif Muslim di era digital, misalnya, menemukan bahwa gaya hidup digital telah mendorong impulsive buying yang bertentangan dengan prinsip kesederhanaan dan penghindaran israf menurut Al-Maqrizy (Zenita Alvina Fauziah et al., 2025). Penelitian lain menegaskan relevansi etika bisnis Al-Maqrizy seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam transaksi di pasar modern (Ahmad Maulidizen et al., 2025; Alwiatul Wardah et al., 2025), serta menyoroti peran masalah dan maqasid dalam mengarahkan kebijakan ekonomi dan keuangan kontemporer (Aini, 2018; Anggryani et al., 2024).

Namun demikian, kajian yang ada umumnya berfokus pada dua ranah: pertama, perilaku konsumsi (konsumerisme, impulsive buying, rasionalitas Muslim) (Sholihin, 2024; Syaputra, 2017); kedua, etika bisnis atau konsep masalah dan uang secara normatif atau sektoral (perbankan, keuangan, industri halal) (Hidayat, 2024; Muhammad Zuardi et al., 2025). Belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana ajaran moral Al-Maqrizy tentang keadilan, keseimbangan, dan transparansi transaksi dipetakan langsung terhadap problem etika pasar di era konsumerisme seperti kesenjangan antara niat etis dan perilaku konsumsi, komodifikasi identitas, dan praktik pemasaran manipulatif serta diformulasikan menjadi kerangka etika pasar yang operasional bagi pelaku ekonomi kontemporer (Kutaula et al., 2024; Michael F. Markel, n.d.).

Dari sini tampak adanya gap penelitian: (1) kurangnya model komprehensif yang mengintegrasikan dimensi akhlak-sufistik Al-Maqrizy dengan dinamika struktural pasar modern; (2) dominannya kajian normatif yang mendeskripsikan prinsip, tetapi belum mengartikulasikan secara sistematis bagaimana prinsip keadilan, keseimbangan, dan transparansi dapat diaktualisasikan untuk mengoreksi distorsi etika dalam mekanisme pasar konsumeris (Fathurrahman, 2023; Zunaidi, 2022).

Novelty penelitian ini terletak pada upaya menyusun kerangka etika pasar berbasis pemikiran ekonomi-moral Al-Maqrizy yang secara eksplisit menautkan tiga pilar utama keadilan, keseimbangan, dan transparansi dengan fenomena konsumerisme dan etika pasar kontemporer. Penelitian ini tidak hanya mengulang deskripsi ajaran Al-Maqrizy, tetapi memfungsikannya sebagai alat kritis untuk membaca patologi pasar modern sekaligus sebagai dasar penyusunan prinsip normatif bagi tata kelola transaksi yang adil, seimbang, dan transparan di era konsumerisme.

Sejalan dengan itu, tujuan penelitian ini adalah: (1) mengkaji secara konseptual ajaran moral Al-Maqrizy tentang keadilan, keseimbangan, dan transparansi dalam aktivitas ekonomi; (2) menganalisis relevansi dan potensi aktualisasinya dalam menjawab problem etika pasar di era konsumerisme; dan (3) merumuskan kerangka etika ekonomi berbasis pemikiran Al-Maqrizy yang dapat menjadi rujukan normatif bagi penguatan integritas pelaku pasar dan perbaikan praktik transaksi dalam ekonomi kontemporer.

B. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel “Ketika Pasar Kehilangan Moral: Aktualisasi Pemikiran Ekonomi Al-Maqrizy di Era Konsumerisme” adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan kepustakaan (*library research*). Penelitian ini berfokus pada penelusuran, pengkajian, dan analisis kritis terhadap karya-karya Al-Maqrizy yang relevan dengan etika ekonomi khususnya konsep keadilan, keseimbangan, dan transparansi dalam transaksi serta membandingkannya dengan realitas praktik ekonomi kontemporer yang sarat konsumerisme dan disrupsi digital.

Sumber data primer meliputi karya-karya asli Al-Maqrizy seperti *Al-Muqafā'ah* dan *Ihya' al-Mi'ah*, dan tulisan-tulisan lain yang membahas muamalah dan akhlak ekonomi. Sumber data sekunder berupa artikel jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang mengulas pemikiran ekonomi Al-Maqrizy, etika bisnis Islam, serta kajian tentang konsumerisme dan krisis moral dalam ekonomi modern. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu pengumpulan teks, penandaan bagian-bagian penting, dan pencatatan sistematis berdasarkan tema.

Analisis data dilakukan dengan analisis isi (content analysis) dan analisis komparatif. Pertama, peneliti mengidentifikasi dan mengklasifikasikan konsep-konsep kunci Al-Maqrizy terkait keadilan, keseimbangan, dan transparansi dalam aktivitas ekonomi. Kedua, konsep-konsep tersebut dibandingkan dengan temuan empiris dan kajian kontemporer tentang praktik ekonomi di era konsumerisme dan ekonomi digital. Ketiga, dilakukan penarikan kesimpulan normatif berupa rumusan aktualisasi nilai-nilai moral Al-Maqrizy sebagai tawaran solusi atas problem etika pasar modern. Untuk menjaga keabsahan, peneliti menggunakan triangulasi sumber (membandingkan berbagai literatur) dan pembacaan berulang (close reading) guna memastikan konsistensi interpretasi terhadap teks-teks klasik maupun kontemporer.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Krisis Moral di Pasar Modern dan Era Konsumerisme

Krisis moral di pasar modern dan era konsumerisme dapat diidentifikasi sebagai sebuah fenomena di mana prinsip-prinsip etika yang mendasari transaksi ekonomi semakin terpinggirkan oleh dorongan pasar yang berfokus pada keuntungan sesaat dan konsumsi tanpa kendali. Studi literatur menunjukkan bahwa pasar digital dan ekonomi modern cenderung mengutamakan keuntungan material dan kebutuhan instan, sementara nilai-nilai moral yang lebih mendalam, seperti kejujuran, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial, sering kali terabaikan. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan pola konsumsi yang berlebihan, tetapi juga menggambarkan kerugian sosial yang lebih besar bagi masyarakat secara keseluruhan.

1. Konsumsi Berlebihan dan Impulsive Buying

Salah satu tanda jelas dari krisis moral di pasar modern adalah konsumsi berlebihan yang terjadi dalam bentuk impulsive buying atau pembelian impulsif. Di era digital, kemudahan akses dan agresivitas promosi, baik dalam bentuk iklan online, diskon, maupun flash sale, mendorong konsumen untuk membeli barang atau jasa yang tidak mereka butuhkan (Zenita Alvina Fauziah et al., 2025). Praktik ini semakin diperparah dengan penggunaan algoritma yang didesain untuk memicu pembelian berulang. Seiring dengan itu, muncul pergeseran dari konsumsi berbasis kebutuhan menjadi konsumsi berbasis keinginan sesaat, yang seringkali dipicu oleh tekanan sosial, pengaruh media, dan tren gaya hidup.

Promosi yang agresif dan kemudahan akses digital sering kali memperburuk perilaku ini. Konsumen yang tidak lagi membeli barang berdasarkan kebutuhan dasar, tetapi lebih dipengaruhi oleh keinginan untuk memenuhi standar sosial atau citra diri tertentu, sering kali jatuh dalam lingkaran konsumsi berlebihan. Iklan yang menawarkan kenyamanan dan kemudahan belanja tanpa pertimbangan waktu atau ruang semakin memperburuk masalah ini (Manafe et al., 2025; Maulidizen et al., 2024).

2. Pergeseran dari Kebutuhan ke Keinginan dan Citra Diri

Pergeseran konsumsi dari yang semula berbasis pada kebutuhan menjadi konsumsi yang didorong oleh keinginan dan citra diri adalah tanda lainnya dari krisis moral yang terjadi di pasar. Dalam pasar tradisional, keputusan konsumsi umumnya berfokus pada pemenuhan kebutuhan riil, seperti pangan, sandang, dan papan. Namun, dalam pasar modern yang didorong oleh kapitalisme dan digitalisasi, konsumsi seringkali dipicu oleh hasrat untuk tampil sesuai dengan tren, memperoleh status sosial, atau mencapai kepuasan instan melalui pembelian produk tertentu. Dalam banyak kasus, barang yang dibeli tidak lagi memenuhi kebutuhan dasar, melainkan lebih kepada usaha untuk memperlihatkan status sosial atau meningkatkan citra diri (Manafe et al., 2025).

Hal ini menimbulkan dampak buruk bagi individu, karena kecenderungan untuk terus mengikuti mode atau gaya hidup tertentu membuat mereka semakin bergantung pada konsumsi barang dan jasa, bahkan ketika itu tidak memberikan manfaat jangka panjang. Konsumen pun sering kali terjebak dalam jebakan konsumsi yang tidak berkesudahan, dengan keinginan yang terus berkembang tanpa ada kepuasan yang hakiki.

3. Pasar yang Kehilangan Moral

Krisis moral dalam pasar modern ini terwujud dalam logika keuntungan yang cenderung mengesampingkan nilai-nilai moral yang lebih luhur. Kejujuran, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial menjadi semakin jarang ditemukan dalam praktik bisnis yang berlaku. Sebaliknya, pasar sering kali dikuasai oleh prinsip hedonisme konsumsi, di mana konsumen digiring untuk mengejar kepuasan sesaat tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang baik bagi dirinya sendiri maupun masyarakat luas. Perusahaan-perusahaan, terutama di sektor ekonomi digital, sering kali lebih mengutamakan bagaimana memaksimalkan keuntungan jangka pendek daripada mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari produk atau layanan yang mereka tawarkan (Khisan & Aqlani, 2025).

Selain itu, transparansi dan integritas dalam transaksi bisnis menjadi semakin kabur. Banyak perusahaan yang menggunakan data pribadi konsumen untuk keuntungan mereka, sering kali tanpa memperhatikan aspek etis atau moral dalam penggunaannya. Praktik semacam ini menunjukkan bahwa pasar telah bergeser dari orientasi pada kesejahteraan masyarakat menjadi sebuah sistem yang lebih menekankan pada keuntungan pribadi dan organisasi, mengabaikan pertimbangan moral.

Pokok-Pokok Etika Pasar dalam Pemikiran Al-Maqrizy

Karya-karya Al-Maqrizy, terutama dalam bidang ekonomi dan etika, menggambarkan prinsip-prinsip kunci yang mendasari pandangannya tentang pasar dan aktivitas ekonomi. Dalam pemikirannya, pasar bukanlah ruang yang terlepas dari norma moral dan sosial. Sebaliknya, pasar harus berjalan dalam koridor etika yang mendalam, yang bertujuan tidak hanya untuk keuntungan material, tetapi juga untuk mencapai masalah (kesejahteraan sosial) dan kebahagiaan akhirat. Beberapa prinsip utama dalam etika pasar menurut Al-Maqrizy dapat dirinci sebagai berikut:

1. Pasar sebagai Mekanisme Alamiah yang Sah, tetapi Harus Berjalan di Atas Etika

Al-Maqrizy memandang pasar sebagai mekanisme alami dalam ekonomi yang sah dan penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Pasar, menurutnya, adalah sarana pertukaran yang diperlukan untuk menciptakan kesejahteraan material dan sosial. Namun, pasar tidak boleh beroperasi secara bebas tanpa kendali moral. Praktik-praktik yang tidak sesuai dengan etika, seperti riba (bunga), penipuan, penimbunan (monopoli), rekayasa harga, dan tadlis (penyembunyian cacat barang atau informasi) dianggap sebagai kezaliman pasar dan bertentangan dengan prinsip-prinsip moral Islam.

- a. Riba, menurut Al-Maqrizy, merusak keadilan dan menciptakan ketimpangan sosial karena mengharuskan orang yang tidak mampu membayar hutang untuk menanggung beban lebih berat tanpa imbalan yang adil.
- b. Penipuan dan tadlis menciptakan ketidakjujuran dan merusak kepercayaan antara pedagang dan konsumen, yang dalam jangka panjang dapat meruntuhkan hubungan sosial dan ekonomi yang sehat.
- c. Penimbunan (ihtikar) bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang tidak adil dengan cara menahan barang untuk menaikkan harga, yang merugikan masyarakat luas.
- d. Rekayasa harga, baik melalui monopoli atau taktik manipulasi pasar lainnya, juga dianggap sebagai tindakan yang melawan prinsip keadilan dalam perdagangan.

Al-Maqrizy menekankan bahwa dalam praktik pasar, keadilan dan keseimbangan adalah hal yang tidak bisa dinegosiasikan. Pasar harus dijalankan dengan transparansi, kejujuran, dan memastikan harga yang adil untuk setiap transaksi.

2. Aktivitas Ekonomi yang Diorientasikan pada Kebahagiaan Akhirat

Bagi Al-Maqrizy, tujuan utama aktivitas ekonomi tidak hanya untuk mengejar keuntungan material semata, tetapi untuk mencapai kebahagiaan akhirat. Dalam Islam, setiap aktivitas termasuk ekonomi harus dilakukan dengan niat yang baik dan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, niat dalam mencari keuntungan sangat penting. Aktivitas ekonomi yang dilaksanakan dengan niat baik, dengan cara yang

halal, dan mengutamakan kesejahteraan bersama, tidak hanya bermanfaat bagi kehidupan dunia, tetapi juga akan membawa pahala di akhirat.

Selain itu, cara mencari keuntungan dan dampak sosial ekonomi harus menjadi bagian dari pertanggungjawaban moral setiap individu atau pelaku ekonomi. Ini berarti bahwa para pelaku pasar baik pedagang, produsen, maupun konsumen harus selalu menjaga agar tindakan mereka tidak merugikan orang lain atau masyarakat secara keseluruhan. Pencarian keuntungan yang dilakukan dengan cara yang merusak moral atau eksploitasi dianggap sebagai dosa yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Allah. Sebagai contoh, penimbunan dan rekayasa harga dianggap sebagai perbuatan yang hanya mendatangkan keuntungan bagi segelintir orang, sementara merugikan banyak orang dan mengancam kestabilan sosial.

Dengan prinsip ini, Al-Maqrizy mengajak para pelaku ekonomi untuk tidak hanya memandang pasar sebagai tempat untuk mendapatkan keuntungan materi, tetapi juga sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah dan berkontribusi pada kebaikan sosial. Oleh karena itu, setiap transaksi harus mempertimbangkan apakah kegiatan tersebut membawa manfaat sosial dan apakah dilakukan dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam.

3. Peran Negara dan Lembaga Hisbah dalam Pengawasan Pasar

Al-Maqrizy juga mengajukan peran penting negara dan lembaga pengawas pasar dalam menjaga agar pasar beroperasi sesuai dengan prinsip etika. Dalam pemikirannya, negara tidak hanya berfungsi sebagai pengatur administratif, tetapi juga sebagai pelindung moral bagi masyarakat. Salah satu institusi yang diusulkan Al-Maqrizy untuk menjaga etika pasar adalah lembaga hisbah sebuah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi perilaku pedagang, memastikan bahwa transaksi yang terjadi di pasar tidak melanggar norma etika, dan melindungi kepentingan masyarakat umum. Lembaga hisbah harus berfungsi untuk mengawasi beberapa hal, antara lain:

- a. Monopoli yang dapat merusak keseimbangan pasar dan menciptakan ketimpangan akses bagi konsumen.
- b. Eksploitasi konsumen, seperti dalam praktik tadlis dan penipuan, yang merusak kepercayaan pasar.
- c. Ketimpangan akses terhadap barang dan jasa, yang dapat menyebabkan ketidakadilan dalam distribusi kekayaan.

Selain itu, dalam era konsumerisme dan ekonomi digital, Al-Maqrizy juga menggarisbawahi pentingnya regulasi yang membatasi praktik pemasaran manipulatif dan eksploitasi data. Negara, dengan lembaga-lembaganya, harus mampu mengatur dan mengawasi agar pasar digital dan ekonomi modern tetap berfungsi dengan adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip moral.

Secara keseluruhan pokok-pokok etika pasar dalam pemikiran Al-Maqrizy menunjukkan bahwa pasar adalah ruang yang harus dikendalikan

dengan etika yang kuat dan berorientasi pada masalah (kesejahteraan sosial). Pasar harus berfungsi untuk mencapai kebahagiaan akhirat dan kesejahteraan dunia, di mana setiap pelaku ekonomi bertanggung jawab untuk tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa keuntungan tersebut diperoleh dengan cara yang adil dan tidak merugikan orang lain. Negara dan lembaga seperti hisbah memainkan peran penting dalam mengawasi dan memastikan bahwa pasar tetap beroperasi dengan etika yang benar, melindungi masyarakat dari monopoli, eksploitasi, dan ketimpangan akses. Etika pasar yang diajukan Al-Maqrizy menyediakan dasar yang kokoh untuk membangun pasar yang tidak hanya mengutamakan keuntungan material, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan sosial yang bermanfaat bagi seluruh masyarakat.

Relevansi dan Aktualisasi Pemikiran Al-Maqrizy di Era Konsumerisme Digital

Pemikiran Al-Maqrizy mengenai etika pasar dan ekonomi menawarkan perspektif yang sangat relevan untuk menganalisis dan mengkritisi fenomena pasar modern, khususnya dalam konteks konsumerisme digital. Perbandingan antara prinsip-prinsip etika yang diajukan oleh Al-Maqrizy dengan praktik-praktik yang berlaku dalam pasar digital mengungkapkan beberapa temuan kunci yang bisa digunakan untuk memperbaiki dan membangun pasar yang lebih berkelanjutan dan adil. Beberapa aspek utama yang relevan untuk dibahas adalah keadilan, kejujuran, dan transparansi, konsumsi moderat vs konsumerisme, serta masalah, distribusi kekayaan, dan perlindungan publik.

1. Keadilan, Kejujuran, dan Transparansi dalam Pasar Digital

Prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan transparansi yang ditekankan Al-Maqrizy tetap relevan hingga hari ini sebagai pilar utama dalam menciptakan sistem bisnis yang berkelanjutan dan etis. Dalam pandangan Al-Maqrizy, pasar tidak hanya harus mengutamakan keuntungan material, tetapi juga harus memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan kejujuran, tidak ada penipuan (*tadlis*), dan dilakukan dengan harga yang adil (*al-thaman al-'adil*). Nilai-nilai ini menjadi dasar dalam menciptakan pasar yang tidak hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu, tetapi juga menjaga keseimbangan sosial dan ekonomi.

Namun, dalam praktik pemasaran digital modern, nilai-nilai ini seringkali dilanggar. Banyak perusahaan digital, termasuk e-commerce dan platform berbasis aplikasi, memanfaatkan ketidaktahuan konsumen melalui diskon semu yang terlihat menggiurkan tetapi seringkali tidak sesuai dengan klaim, asimetri informasi di mana konsumen tidak memiliki informasi yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat, dan eksploitasi psikologis, seperti penggunaan algoritma yang mendorong pembelian impulsif atau FOMO (*fear of missing out*). Praktik-praktik semacam ini jelas bertentangan dengan etika pasar yang diajukan Al-Maqrizy, yang menuntut agar transaksi dilakukan dengan kejujuran dan

transparansi penuh, serta memberikan informasi yang adil dan seimbang kepada konsumen.

2. Konsumsi Moderat vs Konsumerisme

Al-Maqrizy sangat menekankan kesederhanaan dan pengendalian diri dalam konsumsi. Dalam karyanya, ia mengajarkan bahwa konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan riil, bukan sekadar keinginan atau dorongan untuk memenuhi nafsu dan kesenangan sesaat. Dalam pandangannya, konsumsi yang tidak terkendali dapat merusak keseimbangan sosial dan spiritual, mengarah pada israf (pemborosan) yang akhirnya merugikan individu dan masyarakat. Oleh karena itu, Al-Maqrizy mengajukan konsep moderasi dalam konsumsi, dengan prioritas utama pada kebutuhan yang bermanfaat dan menghindari segala bentuk pemborosan.

Di sisi lain, fenomena konsumerisme digital yang berkembang pesat saat ini justru sangat bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa platform media sosial dan e-commerce sering kali memicu impulsive buying (pembelian impulsif) melalui promosi yang berlebihan, iklan yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, dan penawaran yang dirancang untuk mendorong pembelian segera. Ini meningkatkan risiko beban finansial bagi konsumen, terutama mereka yang terjebak dalam pola konsumsi yang tidak terkendali. Selain itu, perilaku konsumtif semacam ini juga melemahkan dimensi spiritual konsumsi, di mana individu lebih terfokus pada konsumsi material tanpa memperhatikan aspek nilai dan kebermanfaatannya bagi diri sendiri atau masyarakat. Al-Maqrizy mengajukan moderasi dalam konsumsi sebagai koreksi atas perilaku konsumtif yang berlebihan dan merugikan.

3. Masalah, Distribusi Kekayaan, dan Perlindungan Publik

Salah satu aspek penting dalam pemikiran ekonomi Al-Maqrizy adalah konsep masalah atau kesejahteraan sosial, yang menjadi tujuan utama dalam semua aktivitas ekonomi. Al-Maqrizy menekankan bahwa pasar harus berfungsi untuk mendistribusikan kekayaan secara adil, bukan hanya untuk meningkatkan keuntungan individu atau kelompok tertentu. Dalam pandangan ini, zakat, sedekah, dan kewajiban kewajiban sosial lainnya (seperti partisipasi dalam kesejahteraan publik) harus menjadi bagian integral dari sistem ekonomi. Pendistribusian kekayaan dalam masyarakat harus mengarah pada pengurangan kesenjangan sosial, menciptakan keseimbangan antara yang kaya dan miskin, dan mencegah akumulasi kekayaan yang merugikan masyarakat secara umum.

Di era konsumerisme digital dan kapitalisme global saat ini, ketimpangan sosial semakin diperburuk oleh struktur pasar yang lebih memihak kepada segelintir pihak kaya dan perusahaan besar. Praktik kapitalisme konsumeris menyebabkan eksklusivitas sosial, di mana sebagian besar masyarakat kehilangan akses terhadap barang dan layanan dasar karena harga yang melambung tinggi atau keterbatasan dalam distribusi.

Al-Maqrizy mengajukan peran negara dan lembaga hisbah sebagai pengawas pasar yang harus melindungi kebutuhan dasar masyarakat dari monopoli, eksploitasi, dan ketimpangan akses.

Pemikiran Al-Maqrizy ini masih sangat relevan dengan perkembangan industri halal, keuangan syariah, dan regulasi etis terhadap pasar digital yang kini berkembang di banyak negara Muslim. Meskipun implementasinya masih parsial, upaya untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip masalah dalam regulasi pasar digital dan e-commerce, seperti perlindungan terhadap konsumen, pengawasan harga, dan pengaturan pemasaran yang etis, menunjukkan potensi besar untuk mewujudkan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan.

Relevansi pemikiran Al-Maqrizy dalam era konsumerisme digital sangat kuat, terutama dalam kaitannya dengan keadilan, kejujuran, dan transparansi pasar. Prinsip-prinsipnya tentang konsumsi moderat dan pengendalian diri berfungsi sebagai koreksi terhadap perilaku konsumtif yang tidak terkendali, yang semakin meluas dalam masyarakat digital. Selain itu, konsep masalah dan distribusi kekayaan yang adil tetap menjadi solusi bagi ketimpangan sosial yang muncul akibat dominasi kapitalisme konsumeris. Meskipun penerapannya belum sepenuhnya optimal, prinsip-prinsip etika pasar yang diajukan Al-Maqrizy menawarkan paradigma alternatif yang lebih manusiawi dan adil dalam menghadapi tantangan pasar digital yang semakin kompleks.

Dengan demikian, aktualisasi pemikiran Al-Maqrizy dalam pasar modern dan digital dapat menjadi langkah penting untuk memperbaiki etika pasar, mengurangi eksploitasi, dan mengarah pada sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip moral Islam.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumsi semakin digerakkan oleh kepuasan sesaat, kemudahan akses, dan pengaruh media sosial, bukan lagi oleh kebutuhan riil dan pertimbangan masalah (kemaslahatan sosial). Fenomena ini bertentangan langsung dengan konsep konsumsi Al-Maqrizy yang menekankan keseimbangan, penghindaran israf (pemborosan), dan moderasi antara kebutuhan, kenyamanan, dan kemewahan. Secara normatif, Al-Maqrizy mengaitkan konsumsi dengan tujuan akhirat, di mana setiap pengeluaran harta harus dapat dipertanggungjawabkan di hadapan Allah, sehingga motif konsumsi tidak boleh semata-mata hedonistik. Temuan bahwa Muslim sendiri turut terjebak dalam perilaku impulsive buying memperlihatkan adanya kesenjangan serius antara ideal normatif dan praktik sosial, sekaligus mengafirmasi klaim bahwa “pasar kehilangan moral”.

Penelitian tentang struktur pasar menurut Al-Maqrizy hingga format e-commerce (perdagangan elektronik) menegaskan bahwa pasar secara alamiah tumbuh dari kebutuhan saling melayani (mutualitas), spesialisasi, dan pertukaran sukarela. Dalam kerangka ini, pasar pada dasarnya sah dan penting, selama dikendalikan oleh etika seperti kejujuran, larangan tadlis

(penipuan), larangan ihtikar (penimbunan), dan jaminan keadilan harga (al-thaman al-‘adil). Pasar digital hari ini melanjutkan fungsi tersebut, namun sekaligus membuka ruang baru bagi manipulasi, seperti rekayasa kelangkaan, iklan persuasif ekstrem, asimetri informasi, dan eksploitasi kelemahan psikologis konsumen. Di titik ini, analisis Al-Maqrizy tentang bahaya tadlis, rekayasa harga, dan kedzaliman pasar terbukti sangat relevan sebagai kritik etik terhadap praktik konsumerisme digital.

Pemikiran Al-Maqrizy tentang etika bisnis dan pasar meletakkan masalah (kesejahteraan sosial) sebagai fungsi utama aktivitas ekonomi, bukan semata-mata profit. Produksi dan perdagangan kebutuhan dasar diposisikan hampir sebagai kewajiban sosial, sementara riba, penimbunan, dan eksploitasi dikutuk karena merusak keadilan dan stabilitas sosial. Literatur kontemporer tentang etika bisnis Islam dan pemikiran Al-Maqrizy menegaskan bahwa etika termasuk kejujuran, keadilan, amanah, dan ihsan (berbuat baik) bukan sekadar hiasan normatif, tetapi prasyarat fungsional keberlanjutan pasar dan kepercayaan konsumen. Pasar yang hanya mengikuti logika kapitalisme (maksimalisasi laba, privatisasi risiko moral kepada konsumen) akan cenderung melahirkan krisis moral berupa keserakahan, panic buying, penimbunan, dan ketimpangan sosial. Dengan demikian, konsep masalah dan orientasi ukhrawi Al-Maqrizy dapat dibaca sebagai kritik internal terhadap kapitalisme konsumeris sekaligus tawaran paradigma alternatif: pasar yang berfungsi dalam koridor keadilan, keseimbangan konsumsi, dan tanggung jawab sosial.

Sejumlah kajian menyoroti aspek kelembagaan dalam pemikiran Al-Maqrizy, yang menyatakan bahwa negara wajib menciptakan keamanan, menjamin rute perdagangan, dan mengawasi praktik pasar yang merugikan publik. Dalam literatur klasik, hal ini terinstitusikan dalam lembaga hisbah sebagai mekanisme formal penjaga akhlak pasar. Dalam konteks era konsumerisme digital, gagasan tersebut mengarah pada perlunya regulasi yang membatasi praktik pemasaran manipulatif dan eksploitasi data, pengawasan terhadap riba terselubung dalam skema kredit konsumtif dan paylater, serta kebijakan yang mengurangi “ethical consumption cap” yakni situasi ketika struktur pasar membuat konsumsi etis menjadi mahal dan sulit. Diskusi ini menunjukkan bahwa krisis moral pasar modern tidak bisa diserahkan hanya kepada kesalehan individual konsumen, tetapi memerlukan reformasi kelembagaan dan kebijakan yang sejalan dengan spirit hisbah dan masalah ala Al-Maqrizy.

Dari sudut pandang teoritis, pemikiran Al-Maqrizy menawarkan tiga poros aktualisasi di era konsumerisme: pertama, rekonstruksi etika konsumsi pribadi melalui moderasi, niat ibadah, dan evaluasi masalah barang atau jasa; kedua, internalisasi etika bisnis dan pasar, dengan pelarangan tadlis, eksploitasi, penimbunan, dan riba dalam model bisnis dan algoritma platform; ketiga, penguatan kelembagaan dan regulasi pasar, termasuk hisbah modern, perlindungan konsumen, dan kebijakan anti-eksploitasi. Dengan demikian, krisis moral pasar modern bukanlah kondisi yang tak terelakkan; pemikiran ekonomi Al-Maqrizy menyediakan fondasi normatif

dan konseptual untuk merumuskan kembali etika pasar yang mampu menahan arus konsumerisme berlebihan sekaligus menjaga fungsi ekonomi modern.

D. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Al-Maqrizy, seperti keadilan, keseimbangan, dan transparansi, tetap relevan untuk diterapkan dalam mengatasi krisis moral yang terjadi di pasar modern. Selain itu, konsep masalah (kesejahteraan sosial) dan distribusi kekayaan yang adil juga tetap relevan untuk merespons ketimpangan sosial yang muncul akibat kapitalisme konsumeris. Meskipun ekonomi modern cenderung mengabaikan nilai-nilai moral, ajaran Al-Maqrizy memberikan pedoman yang kuat dalam menciptakan sistem ekonomi yang adil dan seimbang, yang berfokus pada kesejahteraan sosial, serta menghindari eksploitasi.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pemikiran ekonomi Al-Maqrizy dapat dijadikan dasar yang kokoh untuk merumuskan kebijakan ekonomi dan bisnis yang lebih etis, terutama dalam menghadapi fenomena konsumerisme digital yang cenderung mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Prinsip-prinsip Al-Maqrizy, seperti kejujuran, penghindaran penipuan, dan keadilan dalam transaksi, dapat digunakan untuk mengoreksi praktik-praktik bisnis yang mengabaikan moralitas. Implementasi nilai-nilai tersebut dalam kebijakan dan regulasi pasar dapat menciptakan ekonomi yang lebih berkelanjutan, adil, dan bertanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama karena hanya mengandalkan kajian literatur dan analisis teks-teks Al-Maqrizy tanpa adanya pengujian empiris atau studi kasus langsung terkait penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam pasar modern. Selain itu, meskipun penelitian ini menyarankan penggunaan nilai-nilai Al-Maqrizy dalam mengatur pasar digital, implementasi nyata dari nilai-nilai tersebut di berbagai sektor ekonomi masih terbatas, dan peran serta efektivitas lembaga pengawas pasar (seperti hisbah) dalam konteks modern belum sepenuhnya dieksplorasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi empiris yang menguji efektivitas penerapan prinsip-prinsip etika Al-Maqrizy dalam praktik pasar modern, khususnya di sektor ekonomi digital. Penelitian juga dapat mengkaji peran lembaga pengawas pasar, seperti hisbah, dalam regulasi pasar digital dan e-commerce untuk melihat apakah regulasi berbasis nilai-nilai Islam dapat mempengaruhi perilaku pasar secara positif. Selain itu, penting untuk mengembangkan model kebijakan

yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Al-Maqrizy dalam mengatasi masalah ketimpangan sosial yang timbul akibat konsumerisme dan kapitalisme digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Maulidizen, Yogi Permana Adi Citra, & Muhammad Diaz Wahyu Darmansyah. (2025). Critical Analysis of Gen-Z's Hedonistic Consumer Behavior through the Lens of Islamic Ethical Consumption. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 548–562. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.5212>
- Aini, H. (2018). Pemikiran Ekonomi Islam Imam Al-Maqrizy Tentang Uang Dalam Perspektif Masalah Mursalah. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(1). <https://doi.org/10.30736/jesa.v3i1.41>
- Alwiatul Wardah, Muhammad Nizar, & Muhammad Fahmul Iltiham. (2025). Analisis Pemikiran Al-Maqrizy Tentang Etika Bisnis Islam dengan Relevansinya Transaksi Bisnis Pasar Modern di Mall Plaza Jember. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(5). <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i5.7660>
- Anggryani, L., Buhari, U. L., Husain, H., & Kamiruddin, K. (2024). Konsep Pemikiran Ekonomi Al-Maqrizy: Relevansinya Dengan Perekonomian Di Era Modernisasi. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 5(1), 93–108. <https://doi.org/10.52431/minhaj.v5i1.2364>
- Fathurrahman, A. (2023). Falsafah Ekonomi Imam Al-Maqrizy: Antara Sufisme dan Rasionalisme. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(1), 66–76. <https://doi.org/10.30736/jes.v8i1.490>
- Hidayat, D. (2024). Pemikiran Hukum Ekonomi Islam Perspektif Al-Maqrizy. *Dirasa Islamiyya: Journal of Islamic Studies*, 2(2), 148–172. <https://doi.org/10.61630/dijis.v2i2.37>
- Khisan, Z., & Aqlani, M. I. Z. (2025). Transformasi Perilaku Konsumtif di Era E-Commerce: Antara Kenyamanan Digital dan Tantangan Konsumsi Berlebihan Menurut Ekonomi Islam. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 10(1), 117–132. <https://doi.org/10.30736/jes.v10i1.1123>
- Kutaula, S., Gillani, A., Gregory-Smith, D., & Bartikowski, B. (2024). Ethical Consumerism in Emerging Markets: Opportunities and Challenges. *Journal of Business Ethics*, 191(4), 651–673. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05657-4>
- Manafe, L. A., Wibowo, B. S., & Nugroho, D. C. (2025). Menelusuri pembelian impulsif: Dampak belanja hedonis, gaya hidup belanja, dan pengiriman gratis di kalangan mahasiswa manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 23–38. <https://doi.org/10.26740/jim.v13n1.p23-38>

- Maulidizen, A., Johari, J., Maghfirah, M., Roosiani, A. P., Iman, M. Z., & Rizapoor, H. (2024). The Fear of Missing Out (FOMO) and Islamic Consumer Ethics: Examining Gen Z Behavior Through A Sharia and Moral Lens. *Madania: Jurnal Kajian Keislaman*, 28(2), 307. <https://doi.org/10.29300/madania.v28i2.5902>
- Michael F. Markel. (n.d.). Problems in the Administration and Enforcement of Food Laws. *Food, Drug, Cosmetic Law Journal*, 24(9).
- Muhammad Zuardi, Ahmad Kholil, Amrin, & Ishma Amelia. (2025). Transformation of the Concept of Maslahah in Sustainable Islamic Finance: A Hermeneutic Analysis of Al-Maqrizy's Thoughts and ash-Syatibi. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 26(01), 211–228. <https://doi.org/10.23917/profetika.v26i01.9616>
- Sholihin, M. (2024). Islamic rationality of Muslim consumers: New insight from text analytics and Al-Maqrizy's thought. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(7), 1093–1117. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2022-0291>
- Syaputra, E. (2017). Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam Al-Maqrizy dalam Ihya' Ulumuddin. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 144. <https://doi.org/10.22219/jes.v2i2.5102>
- Zenita Alvina Fauziah, Risma Syan Sabilla, Rifa Khoerunnisa, & Lina Marlina. (2025). Analisis Penerapan Pemikiran Ekonomi Al-Maqrizy dalam Teori Konsumsi: (Studi Kasus Impulsive Buying dalam Gaya Hidup Muslim di Era Digital). *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 81–102. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i2.2236>
- Zunaidi, A. (2022). The Contribution of Abu-Hamid al-Ghazali to Shaping Businesspeople's Personalities. *TSAQAFAH*, 18(1), 83. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v18i1.7610>