

RELEVANSI KONSEP ZUHUD DALAM TASAWUF TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MASYARAKAT MODERN

Miswar Rasyid Rangkuti, Taufik Hidayat

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: miswar@uinsu.ac.id, taufikhidayat.03123@gmail.com

Abstract

The rapid development of modern society has encouraged the emergence of a consumptive lifestyle characterized by excessive purchasing behavior, material orientation, and the pursuit of social status. This condition potentially weakens spiritual values and moral awareness. Therefore, the concept of *zuhud* in Sufism becomes highly relevant as a spiritual approach that emphasizes simplicity, self-control, and prioritizing eternal values over temporary worldly pleasures. This study aims to analyze the relevance of the concept of *zuhud* in Sufism as an ethical and spiritual solution to the consumptive lifestyle in modern society. This research employs a qualitative approach using library research methods by analyzing classical and contemporary Sufi literature, supported by sociological studies on consumer culture. Data were analyzed using descriptive-analytical techniques to examine the correlation between Sufi values and modern lifestyle behavior. The results show that *zuhud* does not mean rejecting the world entirely, but rather controlling attachment to material possessions and using wealth proportionally according to needs. The application of *zuhud* values can encourage individuals to develop self-awareness, gratitude, simplicity, and social responsibility, which can reduce excessive consumption patterns. Therefore, the concept of *zuhud* in Sufism remains highly relevant as a moral foundation in shaping a balanced, ethical, and spiritually oriented lifestyle in modern society.

Keywords: Zuhud, Sufism, Consumptive Lifestyle, Modern Society, Spiritual Ethics

Abstrak

Perkembangan masyarakat modern yang pesat mendorong munculnya gaya hidup konsumtif yang ditandai dengan perilaku belanja berlebihan, orientasi material, dan pencarian status sosial. Kondisi ini berpotensi melemahkan nilai-nilai spiritual dan kesadaran moral dalam kehidupan individu maupun sosial. Oleh karena itu, konsep *zuhud* dalam tasawuf menjadi sangat relevan sebagai pendekatan spiritual yang menekankan kesederhanaan, pengendalian diri, dan pengutamaan nilai-nilai akhirat dibandingkan kesenangan duniawi yang bersifat sementara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis relevansi konsep *zuhud* dalam tasawuf sebagai solusi etis dan spiritual terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research) melalui analisis literatur tasawuf klasik dan kontemporer serta didukung oleh kajian sosiologis tentang budaya konsumsi. Data dianalisis dengan teknik deskriptif-analitis untuk mengkaji keterkaitan antara nilai-nilai tasawuf dan perilaku gaya hidup masyarakat modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *zuhud* tidak berarti menolak dunia secara total, melainkan mengendalikan keterikatan terhadap materi serta menggunakan harta secara proporsional sesuai kebutuhan. Penerapan nilai-nilai *zuhud* mampu menumbuhkan kesadaran diri, rasa syukur, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial, sehingga dapat menekan pola konsumsi berlebihan. Dengan demikian, konsep *zuhud* dalam tasawuf tetap relevan sebagai landasan moral dalam membentuk gaya hidup yang seimbang, etis, dan berorientasi spiritual di tengah arus modernisasi.

Kata Kunci: Zuhud, Tasawuf, Gaya Hidup Konsumtif, Masyarakat Modern, Etika Spiritual

PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi, globalisasi informasi, dan pertumbuhan ekonomi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola hidup manusia. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah munculnya gaya hidup konsumtif, yaitu kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan, gengsi sosial, dan dorongan simbolik semata (Sumartono, 2019, hlm. 45). Gaya hidup konsumtif ini diperkuat oleh iklan digital, media sosial, serta budaya populer yang menjadikan kepemilikan materi sebagai ukuran kebahagiaan dan kesuksesan hidup. Fenomena konsumtivisme tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memengaruhi kondisi psikologis dan spiritual masyarakat. Individu menjadi mudah merasa tidak puas, cemas, iri, dan terjebak dalam perlombaan status sosial. Menurut Baudrillard, masyarakat modern tidak lagi mengonsumsi berdasarkan nilai guna, tetapi lebih pada nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut (Baudrillard, 2016, hlm. 78). Akibatnya, manusia kehilangan orientasi makna hidup yang sejati dan cenderung menjadikan materi sebagai tujuan utama kehidupan.

Dalam perspektif Islam, kecenderungan berlebihan terhadap dunia dipandang sebagai penyakit hati yang dapat menjauhkan manusia dari Allah Swt. Islam mengajarkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dunia dan orientasi akhirat. Salah satu ajaran penting dalam tradisi tasawuf yang menekankan keseimbangan tersebut adalah konsep *zuhud*. Zuhud bukan berarti meninggalkan dunia secara total, tetapi sikap tidak menjadikan dunia sebagai tujuan hidup, melainkan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. (Al-Ghazali, 2015, hlm. 312). Al-Ghazali menjelaskan bahwa hakikat zuhud terletak pada hati, bukan pada kepemilikan harta. Seseorang boleh memiliki kekayaan, namun tidak boleh bergantung secara batin kepada harta tersebut (Al-Ghazali, 2015, hlm. 315). Dengan demikian, zuhud bukanlah sikap pasif atau anti-produktivitas, melainkan pengendalian diri terhadap keterikatan duniawi agar manusia tetap memiliki orientasi spiritual yang kuat.

Nilai-nilai zuhud dalam tasawuf juga berkaitan erat dengan proses *tazkiyatun nafs* (penyucian jiwa), yaitu usaha membersihkan hati dari sifat tamak, cinta dunia berlebihan, dan ketergantungan pada materi (Quraish Shihab, 2018, hlm. 142). Proses ini menjadi sangat penting di tengah masyarakat modern yang menghadapi

tekanan budaya konsumsi dan kompetisi sosial yang tinggi. Lebih lanjut, tasawuf akhlaki memandang bahwa penyakit sosial seperti materialisme, individualisme, dan hedonisme dapat diatasi melalui pembinaan akhlak yang berlandaskan kesadaran spiritual. Zuhud mendorong munculnya sikap qana'ah (merasa cukup), sabar, syukur, dan kepedulian sosial, yang semuanya berfungsi sebagai penyeimbang dalam kehidupan modern (Nasution, 2017, hlm. 98). Nilai-nilai ini dapat membentuk pola hidup yang lebih sederhana, bijaksana, dan bertanggung jawab.

Dalam konteks masyarakat modern Indonesia, gaya hidup konsumtif tidak hanya terjadi di kalangan perkotaan, tetapi juga telah merambah ke masyarakat pedesaan melalui media sosial dan kemudahan akses belanja daring. Fenomena ini menyebabkan perubahan pola pikir masyarakat terhadap kebutuhan dan gaya hidup, bahkan memengaruhi relasi sosial dan pola pendidikan keluarga (Ritzer, 2020, hlm. 121). Jika tidak diimbangi dengan nilai-nilai spiritual, kondisi ini berpotensi melahirkan generasi yang rapuh secara mental dan miskin orientasi moral. Oleh karena itu, kajian tentang relevansi konsep zuhud dalam tasawuf terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat modern menjadi sangat penting dan aktual. Konsep zuhud tidak hanya

memiliki nilai teologis, tetapi juga relevansi sosial yang kuat dalam membangun kesadaran etis dan spiritual di tengah arus modernisasi. Melalui pemahaman dan penerapan nilai zuhud secara kontekstual, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan pola hidup yang seimbang antara kebutuhan duniawi dan tujuan ukhrawi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam bagaimana konsep zuhud dalam tasawuf dapat menjadi solusi spiritual dan etis dalam menghadapi gaya hidup konsumtif masyarakat modern, serta bagaimana nilai-nilai zuhud dapat diaktualisasikan dalam kehidupan sosial masa kini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis, karena bertujuan untuk memahami makna dan nilai yang terkandung dalam konsep zuhud serta relevansinya terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat modern secara mendalam, bukan untuk mengukur hubungan secara statistik (Moleong, 2021, hlm. 6). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan konsep zuhud sebagaimana dijelaskan dalam literatur tasawuf, sedangkan analitis digunakan untuk mengkaji keterkaitannya dengan fenomena sosial konsumtivisme (Sugiyono,

2022, hlm. 11). Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (library research), yaitu penelitian yang memanfaatkan sumber-sumber tertulis berupa kitab, buku, jurnal, dan artikel ilmiah sebagai bahan utama analisis (Zed, 2018, hlm. 3). Metode ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada kajian konseptual terhadap ajaran tasawuf dan analisis teoritis terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat modern. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari karya ulama tasawuf yang membahas zuhud dan penyucian jiwa, seperti Al-Ghazali yang menegaskan bahwa zuhud merupakan sikap hati yang tidak bergantung pada dunia (Al-Ghazali, 2015, hlm. 312). Data sekunder diperoleh dari literatur sosiologi dan budaya yang membahas perilaku konsumtif serta masyarakat konsumen (Ritzer, 2020, hlm. 119). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui inventarisasi literatur, pembacaan kritis, pencatatan kutipan penting, serta pengelompokan data berdasarkan tema pembahasan, seperti konsep zuhud, karakteristik konsumtivisme, dan relevansi tasawuf dalam kehidupan modern (Zed, 2018, hlm. 23). Analisis data menggunakan teknik deskriptif-tematik, yaitu mendeskripsikan data sesuai tema kemudian menganalisis hubungan antar

konsep untuk memperoleh pemahaman yang utuh (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014, hlm. 31). Proses analisis dilakukan dengan cara mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan secara induktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kajian literatur tasawuf, zuhud dipahami sebagai sikap batin yang tidak menggantungkan kebahagiaan pada kepemilikan duniawi, melainkan menjadikan dunia sebagai sarana untuk mencapai ridha Allah Swt. Al-Ghazali menegaskan bahwa hakikat zuhud terletak pada hati, bukan pada sedikit atau banyaknya harta yang dimiliki seseorang (Al-Ghazali, 2015, hlm. 312). Dengan demikian, zuhud tidak identik dengan kemiskinan atau meninggalkan aktivitas dunia, tetapi lebih pada pengendalian diri terhadap kecintaan berlebihan terhadap materi. Ibn Qayyim al-Jauziyyah menjelaskan bahwa zuhud merupakan bagian dari proses *tazkiyatun nafs*, yaitu pembersihan jiwa dari ketergantungan duniawi yang dapat menghalangi kedekatan spiritual dengan Allah Swt. (Ibn Qayyim, 2016, hlm. 98). Zuhud mendorong manusia untuk memiliki orientasi hidup yang lebih tinggi, yakni mengejar kebahagiaan ukhrawi tanpa mengabaikan tanggung jawab duniawi.

Konsep Zuhud Dalam Tasawuf Menurut Pandangan Para Ulama Dan Tokoh Tasawuf Klasik Maupun Kontemporer

Berdasarkan hasil kajian terhadap literatur tasawuf, zuhud merupakan konsep sentral dalam pembinaan spiritual yang menekankan pelepasan keterikatan hati terhadap dunia. Al-Ghazali mendefinisikan zuhud sebagai keadaan hati yang tidak merasa senang dengan keberadaan dunia dan tidak pula bersedih atas kehilangannya, karena orientasi utama tertuju pada Allah dan kehidupan akhirat (Al-Ghazali, 2015, hlm. 312). Definisi ini menegaskan bahwa zuhud bersifat batiniah, bukan semata-mata perilaku lahiriah. Sejalan dengan itu, Ibn Qayyim al-Jauziyyah menyatakan bahwa zuhud adalah berpalingnya hati dari sesuatu yang tidak bermanfaat bagi akhirat menuju sesuatu yang membawa manfaat ukhrawi (Ibn Qayyim, 2016, hlm. 98). Zuhud menurutnya bukan berarti tidak memiliki harta, tetapi tidak menjadikan harta sebagai tujuan hidup. Sementara itu, Imam Ahmad bin Hanbal membagi zuhud ke dalam tiga tingkat: meninggalkan yang haram, meninggalkan yang berlebihan dari yang halal, dan meninggalkan segala sesuatu yang melalaikan dari Allah Swt. (Ibn Rajab, 2017, hlm. 145). Pembagian ini menunjukkan bahwa zuhud memiliki dimensi etika dan spiritual yang bertahap

sesuai dengan tingkat kesadaran iman seseorang.

Tokoh tasawuf klasik seperti Hasan al-Bashri memandang zuhud sebagai sikap sederhana dalam kehidupan dan ketidakterikatan terhadap kenikmatan dunia. Ia menekankan bahwa dunia hanyalah tempat singgah, sedangkan akhirat merupakan tujuan utama manusia (Al-Qusyairi, 2018, hlm. 210). Pandangan ini memperkuat dimensi eskatologis dalam ajaran zuhud. Sufyan ats-Tsauri menekankan bahwa zuhud bukan diukur dari pakaian kasar atau makanan sederhana, melainkan dari kemampuan mengendalikan ambisi dan keinginan duniawi (Ibn al-Jauzi, 2019, hlm. 88). Hal ini menunjukkan bahwa zuhud lebih merupakan latihan mental dan spiritual dibandingkan simbol lahiriah. Dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, Al-Ghazali menjelaskan bahwa zuhud merupakan fondasi bagi maqam-maqam spiritual berikutnya seperti sabar, tawakal, dan ridha. Tanpa zuhud, seseorang akan sulit mencapai ketenangan jiwa karena masih terikat pada kesenangan dunia (Al-Ghazali, 2015, hlm. 320). Oleh karena itu, zuhud dipandang sebagai tahap awal dalam proses *tazkiyatun nafs*.

Karakteristik Dan Faktor Penyebab Munculnya Gaya Hidup Konsumtif Dalam Masyarakat Modern

Gaya hidup konsumtif merupakan pola perilaku individu yang ditandai dengan kecenderungan mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, tidak berdasarkan kebutuhan utama, melainkan lebih didorong oleh keinginan, kepuasan sesaat, dan simbol status sosial (Sumartono, 2019, hlm. 45). Dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas memenuhi kebutuhan hidup, tetapi telah menjadi bagian dari pembentukan identitas diri. Baudrillard menyatakan bahwa masyarakat modern mengonsumsi bukan karena fungsi barang, melainkan karena makna simbolik yang melekat pada produk tersebut, seperti prestise, gaya, dan citra sosial (Baudrillard, 2016, hlm. 78). Oleh karena itu, konsumsi menjadi sarana komunikasi sosial yang menunjukkan posisi seseorang dalam struktur masyarakat.

Berdasarkan hasil kajian literatur, terdapat beberapa karakteristik utama gaya hidup konsumtif dalam masyarakat modern. Pertama, pembelian berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan. Individu membeli barang karena tertarik oleh tren, diskon, atau dorongan emosional, meskipun barang tersebut tidak benar-benar dibutuhkan (Sumartono, 2019, hlm. 47). Kedua, orientasi pada simbol status dan citra diri. Barang konsumsi digunakan sebagai sarana menunjukkan kelas sosial

dan gaya hidup, seperti penggunaan merek terkenal, gadget terbaru, dan fashion populer (Ritzer, 2020, hlm. 119). Ketiga, perilaku konsumsi impulsif. Kemudahan transaksi digital dan layanan *paylater* mendorong individu membeli secara spontan tanpa perencanaan matang (Kotler & Keller, 2018, hlm. 214). Keempat, ketergantungan pada validasi sosial. Media sosial mendorong budaya pamer (*showing off*) sehingga individu terdorong membeli barang demi mendapatkan pengakuan dan eksistensi (Twenge, 2019, hlm. 88). Kelima, rendahnya kontrol diri terhadap keinginan. Individu sulit menahan dorongan konsumsi karena terbiasa mencari kepuasan instan, yang akhirnya memicu perilaku boros dan tidak produktif (Baumeister, 2016, hlm. 64).

Media massa dan media sosial memainkan peran besar dalam membentuk pola konsumsi masyarakat. Iklan tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga membangun imajinasi tentang kebahagiaan, kesuksesan, dan penerimaan sosial melalui konsumsi (Baudrillard, 2016, hlm. 82). Influencer dan konten promosi semakin memperkuat dorongan konsumtif, terutama di kalangan remaja dan generasi muda. Globalisasi membawa masuk gaya hidup Barat yang cenderung materialistik dan hedonistik. Budaya populer menampilkan kemewahan sebagai standar

kebahagiaan, sehingga masyarakat terdorong meniru pola hidup selebritas dan figur publik (Ritzer, 2020, hlm. 126). Secara psikologis, konsumsi sering dijadikan sarana pelarian dari stres, kecemasan, dan tekanan sosial. Membeli barang memberikan kepuasan emosional sementara yang kemudian mendorong perilaku belanja berulang (Baumeister, 2016, hlm. 70). Hal ini dikenal sebagai *emotional buying*.

Secara psikologis, konsumsi sering dijadikan sarana pelarian dari stres, kecemasan, dan tekanan sosial. Membeli barang memberikan kepuasan emosional sementara yang kemudian mendorong perilaku belanja berulang (Baumeister, 2016, hlm. 70). Hal ini dikenal sebagai *emotional buying*. Lingkungan pergaulan sangat memengaruhi pola konsumsi seseorang. Tekanan kelompok (*peer pressure*) membuat individu merasa harus menyesuaikan diri agar tidak dianggap ketinggalan zaman atau berbeda dari lingkungannya (Hurlock, 2017, hlm. 198). Sistem ekonomi modern menyediakan berbagai fasilitas kredit, cicilan, dan layanan *buy now pay later* yang mempermudah masyarakat mengonsumsi barang di luar kemampuan finansialnya (Kotler & Keller, 2018, hlm. 220).

Hal ini mempercepat laju konsumsi dan meningkatkan risiko masalah keuangan

pribadi. Gaya hidup konsumtif berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Secara ekonomi, individu menjadi rentan terhadap utang dan ketidakstabilan finansial. Secara psikologis, muncul rasa tidak pernah puas, stres, dan kecemasan sosial. Secara sosial, konsumtivisme memperlemah solidaritas karena orientasi hidup menjadi semakin individualistik (Ritzer, 2020, hlm. 130). Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif bertentangan dengan prinsip kesederhanaan dan larangan berlebih-lebihan (*israf*), sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan dalam menggunakan nikmat-Nya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpotensi mengikis nilai spiritual dan kesadaran moral masyarakat. Ketika materi menjadi pusat orientasi hidup, maka nilai keikhlasan, empati, dan tanggung jawab sosial cenderung melemah. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan spiritual seperti tasawuf dan pendidikan akhlak untuk menyeimbangkan kehidupan modern. Nilai-nilai pengendalian diri, qana'ah, dan kesederhanaan yang diajarkan dalam tasawuf menjadi sangat relevan untuk menekan kecenderungan konsumtif dan membentuk kepribadian yang lebih stabil secara moral dan emosional.

Relevansi Dan Implementasi Nilai-Nilai Zuhud Dalam Tasawuf Sebagai Solusi

Spiritual Dan Etis Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Modern

Hasil kajian menunjukkan bahwa nilai zuhud dalam tasawuf memiliki relevansi yang sangat kuat dalam menghadapi krisis moral dan spiritual masyarakat modern yang ditandai dengan materialisme dan konsumerisme. Zuhud mengajarkan orientasi hidup yang tidak terikat pada kepemilikan materi, sehingga mampu menekan dorongan untuk terus mengonsumsi demi kepuasan duniawi (Al-Ghazali, 2015, hlm. 320). Quraish Shihab menegaskan bahwa zuhud bukanlah sikap menolak dunia, melainkan kemampuan menempatkan dunia di tangan, bukan di hati (Quraish Shihab, 2018, hlm. 149). Prinsip ini relevan bagi masyarakat modern yang dituntut produktif secara ekonomi, namun tetap harus menjaga keseimbangan spiritual.

Dalam konteks budaya digital dan media sosial, nilai zuhud menjadi benteng moral terhadap budaya pamer dan pencitraan diri. Sikap tidak bergantung pada penilaian manusia membuat individu lebih stabil secara emosional dan tidak mudah terjebak dalam kompetisi simbolik (Hamka, 2016, hlm. 240). Nilai qana'ah membantu individu menerima kondisi hidup dengan rasa syukur dan mengurangi kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain. Al-Ghazali menyebut

qana'ah sebagai kunci ketenangan jiwa karena seseorang tidak dikuasai oleh keinginan yang tidak ada batasnya (Al-Ghazali, 2015, hlm. 327). Sikap ini mampu mengurangi dorongan konsumsi impulsif yang sering dipicu oleh rasa kurang dan iri sosial.

Zuhud berperan sebagai bagian dari proses penyucian jiwa dari sifat cinta dunia (*hubbu al-dunya*). Ibn Qayyim menjelaskan bahwa keterikatan pada dunia merupakan penghalang utama dalam perjalanan spiritual manusia menuju Allah Swt. (Ibn Qayyim, 2016, hlm. 102). Dengan melemahkan dominasi nafsu konsumtif, individu lebih mudah mencapai ketenangan batin. Nilai tawakal dan ridha mendorong individu untuk percaya bahwa rezeki telah diatur oleh Allah, sehingga tidak perlu mengejar dunia secara berlebihan. Sikap ini membantu mengurangi kecemasan ekonomi yang sering menjadi alasan utama perilaku konsumtif (Nasution, 2017, hlm. 108). Selain berdampak pada aspek spiritual, zuhud juga memiliki implikasi etis dan sosial yang kuat. Individu yang tidak terikat pada harta akan lebih mudah berbagi dan peduli terhadap kesejahteraan orang lain. Hamka menyatakan bahwa zuhud justru mendorong tanggung jawab sosial karena harta dipandang sebagai amanah, bukan milik mutlak pribadi (Hamka, 2016, hlm. 235). Zuhud juga

membentuk etika konsumsi yang seimbang, yaitu menggunakan harta sesuai kebutuhan, menghindari pemborosan (*israf*), dan menjauhi sikap pamer (*tabdzir*). Etika ini sejalan dengan prinsip keadilan sosial dalam Islam (Al-Qaradawi, 2017, hlm. 114). Dalam konteks masyarakat, internalisasi nilai zuhud dapat memperkuat solidaritas sosial dan mengurangi kesenjangan akibat budaya pamer dan persaingan gaya hidup. Dengan demikian, zuhud berkontribusi pada terciptanya kehidupan sosial yang lebih harmonis.

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai zuhud dalam tasawuf memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai terapi spiritual untuk menenangkan jiwa dan sebagai pedoman etis dalam membentuk pola konsumsi yang seimbang. Relevansi zuhud tidak berkurang oleh modernitas, justru semakin dibutuhkan untuk menjaga stabilitas moral dan spiritual masyarakat di tengah arus konsumerisme global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa konsep zuhud dalam tasawuf merupakan ajaran spiritual yang menekankan pengendalian keterikatan hati terhadap dunia, bukan penolakan terhadap aktivitas duniawi. Para ulama tasawuf klasik maupun kontemporer sepakat bahwa zuhud

adalah sikap batin yang menempatkan dunia sebagai sarana, bukan sebagai tujuan utama kehidupan. Oleh karena itu, seseorang tetap dapat aktif secara sosial dan ekonomi, namun tidak menjadikan harta dan status sebagai sumber kebahagiaan. Gaya hidup konsumtif dalam masyarakat modern ditandai oleh perilaku konsumsi berlebihan yang dipengaruhi oleh budaya populer, media sosial, kemudahan akses kredit, serta tekanan sosial untuk menunjukkan status dan identitas diri. Pola hidup ini tidak hanya berdampak pada masalah ekonomi, tetapi juga menimbulkan krisis spiritual, ketidakpuasan batin, dan melemahnya nilai kepedulian sosial. Nilai-nilai zuhud dalam tasawuf, seperti qana'ah, kesederhanaan, pengendalian diri, tawakal, dan tanggung jawab sosial, terbukti memiliki relevansi yang kuat sebagai solusi spiritual dan etis terhadap gaya hidup konsumtif. Nilai-nilai tersebut mampu membentuk kesadaran diri, menenangkan jiwa, serta mengarahkan individu pada pola konsumsi yang seimbang dan bermakna. Selain itu, zuhud juga mendorong terbentuknya akhlak sosial yang lebih peduli, adil, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ghazali, A. H. (2015). *Ihya' 'Ulum al-Din* (Jilid III). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

- Al-Qaradawi, Y. (2017). *Daur al-Qiyam wa al-Akhlak fi al-Iqtishad al-Islami*. Kairo: Maktabah Wahbah.
- Al-Qusyairi, A. Q. (2018). *Al-Risalah al-Qusyairiyyah fi 'Ilm al-Tasawwuf*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Baudrillard, J. (2016). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications.
- Baumeister, R. F. (2016). *Self-Regulation and Self-Control*. New York: Routledge.
- Hamka. (2016). *Tasawuf Modern*. Jakarta: Republika Penerbit.
- Hurlock, E. B. (2017). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Ibn al-Jauzi. (2019). *Talbis Iblis*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Ibn Qayyim al-Jauziyyah. (2016). *Madarij al-Salikin baina Manazil Iyyaka Na'budu wa Iyyaka Nasta'in*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Ibn Rajab al-Hanbali. (2017). *Jami' al-'Ulum wa al-Hikam*. Kairo: Dar al-Hadith.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, H. (2017). *Tasawuf dan Pembinaan Akhlak*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Quraish Shihab, M. (2018). *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan.
- Ritzer, G. (2020). *Sociology: A Global Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Twenge, J. M. (2019). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. New York: Atria Books.
- Zed, M. (2018). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.