

Al-Amru

Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam

Research Article

Kesederhanaan Rasulullah: Solusi Bagi Krisis Materialisme Zaman Sekarang

Endang Nur Fitriani¹, Lina Pusvisasari², Siti Mursalina³, Syifa Alawiyah⁴

1. STAI Al-Azhary, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia ; fitrianiendang516@gmail.com
2. STAI Al-Azhary, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia ; nenglinapusvisa@gmail.com
3. STAI Al-Azhary, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia ; mursalinasiti6@gmail.com
4. STAI Al-Azhary, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia ; syifaalawiyahu04@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Al-Amru: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : January 10, 2025
Accepted : March 23, 2025

Revised : February 05, 2025
Available online : April 02, 2025

How to Cite: Endang Nur Fitriani, Lina Pusvisasari, Siti Mursalina, & Syifa Alawiyah. (2025). The Simplicity of The Prophet: A Solution To The Current Materialism Crisis. *Al-Amru: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/10.61166/al-amru.v1i1.5>

The Simplicity of The Prophet: A Solution To The Current Materialism Crisis

Abstract. This study is motivated by the phenomenon of today's consumerist lifestyle that is contrary to the simplicity of life of the Prophet Muhammad. The occurrence of consumerism is caused by technological advances and the spread of the culture of hedonism. This action proves that humans have not been able to fully realize the mandate and responsibility ordered in the Koran and Hadith. Rasulullah SAW has taught Muslims to live simply. The purpose of this paper is to compare the life of consumerism with the simplicity of life of the Prophet Muhammad. The research method used is the literature study method. In this approach, researchers collect, analyze, and discuss information from various existing sources to formulate conclusions or new views.

Keywords: Consumerism; materialism; simple; Rosulullah; hedonism.

Abstrak. Kajian ini dilatarbelakangi oleh fenomena adanya gaya hidup konsumerisme masa kini yang bertentangan dengan kesederhanaan hidup Rasulullah SAW. Terjadinya gaya konsumerisme disebabkan oleh kemajuan teknologi dan menyebarnya budaya hedonisme. Perbuatan ini membuktikan manusia belum bisa merealisasikan sepenuhnya amanah dan tanggung jawab yang diperintahkan dalam Alquran dan Hadits. Rasulullah SAW telah mengajarkan umat Islam untuk hidup dengan sederhana. Tujuan yang hendak dicapai pada penulisan ini adalah untuk membandingkan kehidupan konsumerisme dengan kesederhanaan hidup Rasulullah SAW. Metode penelitian yang dilakukan yakni metode studi literatur atau studi pustaka. Dalam pendekatan ini, peneliti mengumpulkan, menganalisis, dan membahas informasi dari berbagai sumber yang ada untuk merumuskan kesimpulan atau pandangan baru.

Kata Kunci: Konsumerisme; materialisme; sederhana; Rasulullah; hedonisme

PENDAHULUAN

Materialisme merupakan fenomena sosial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat modern. Dalam perspektif teori simbolisme konsumsi, materialisme tidak hanya sekadar soal kepemilikan barang, melainkan juga tentang pemaknaan simbolis terhadap produk dan merek sebagai bagian dari pembentukan identitas diri. Seiring dengan meningkatnya orientasi masyarakat terhadap konsumsi, merek menjadi elemen penting dalam menentukan nilai simbolis suatu produk, yang pada akhirnya menciptakan pola konsumsi berbasis status sosial dan citra diri.

Fenomena ini memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk nilai-nilai sosial, budaya, dan bahkan pendidikan anak sejak usia dini. Dalam konteks pasar global, materialisme juga dipengaruhi oleh kekuatan institusional seperti politik, ekonomi, dan teknologi, yang semuanya berkontribusi pada pembentukan paradigma sosial dominan. Pada saat yang sama, faktor tekanan kelompok sebaya dan dorongan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial tertentu semakin memperkuat pola konsumsi materialistik, terutama di kalangan anak muda.

Namun, Islam memberikan panduan hidup yang dapat menjadi solusi untuk mengatasi dampak negatif materialisme. Rasulullah saw mengajarkan prinsip hidup sederhana dan minimalis, serta mengingatkan umatnya untuk bersyukur atas nikmat Allah dan tidak terjebak dalam membanding-mbandingkan kepemilikan duniawi. Prinsip ini relevan untuk membangun kehidupan yang lebih seimbang dan bermakna, baik secara individu maupun kolektif. Melalui pembahasan ini, diharapkan dapat dipahami bahwa meskipun materialisme telah menjadi bagian tak terpisahkan dari dinamika masyarakat modern, ada nilai-nilai spiritual yang dapat dijadikan pedoman untuk menjaga keseimbangan dalam menjalani kehidupan.

PEMBAHASAN

Alasan Kesederhanaan Hidup Rasulullah

Kita mengenal prinsip Rasulullah saw yang serupa dengan solusi menangkal efek jemu pada sesuatu yang kita miliki, di mana kejemuan ini biasa membuat rasa

syukur kita berkurang dan selalu merasa kurang atas karunia Allah. Baca Juga Perabot Rumah dan Kesederhanaan Rasulullah Prinsip tersebut adalah dengan tidak membanding-bandingkan pencapaian, kepemilikan, kesuksesan dan perjalanan hidup kita dengan orang lain, yang menyebabkan orang akan mengingkari nikmat Allah. Rasulullah saw pernah bersabda:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: انْظُرُوا إِلَى مَنْ هُوَ أَسْفَلَ مِنْكُمْ وَلَا تَنْظُرُوا إِلَى مَنْ هُوَ فَوْقَكُمْ فَهُوَ أَجْدَرُ أَنْ لَا تَزِدُّوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ. (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ)

Artinya, "Dari Abu Hurairah radliyallaahu 'anhu, ia berkata: "Rasulullah shallallaahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Lihatlah orang yang berada di bawah kalian dan jangan melihat orang yang berada di atas kalian, karena hal itu lebih nyata membuat kalian tidak menganggap rendah nikmat Allah yang telah dianugerahkan kepada kalian." (Muttafaq 'alaihi).

Al-Munawi dalam Faidhul Qadir memaparkan, apabila seseorang cenderung selalu melihat seseorang yang secara status sosial lebih tinggi dari dirinya, niscaya ada potensi untuk ingin menyamai kedudukannya. Sementara jika ia merenungi nasibnya ternyata lebih baik daripada seseorang yang ia pandang secara kuantitas harta maupun status sosial berada di bawahnya, maka rasa syukur akan muncul seketika. (Al-Munawi, Faidhul Qadir, [Mesir: Al-Maktabah At-Tijariyyah, 1356], jilid III, halaman 59). Meski penjelasan Al-Munawi tidak dapat kita generalisasi pada pandangan setiap orang terhadap orang lain yang 'lebih baik' kondisinya sebagai potensi hilangnya rasa syukur, akan tetapi secara kasuistik hal ini nyata adanya di tengah masyarakat.

Rasulullah juga mengajarkan prinsip minimalis dengan cara memosisikan diri ketika hidup di dunia sebagai seorang musafir atau traveler. Seorang traveler memiliki hubungan erat dengan filosofi gaya hidup minimalis, di mana membawa barang yang sedikit menjadi krusial. Mobilitas tinggi, efisiensi waktu dan energi, menghindari kebingungan, fokus pada pengalaman daripada milik, fleksibilitas perjalanan, kesadaran lingkungan, dan pentingnya keseimbangan menjadi alasan utama. Dengan membawa barang yang sedikit, seorang traveler dapat menikmati perjalanan dengan lebih ringan dan bebas, lebih fokus pada eksplorasi destinasi, dan menciptakan kenangan tanpa merasa terbebani oleh barang bawaan. Prinsip yang diajarkan Rasulullah tersebut tercatat dalam Shahih Al-Bukhari, yaitu:

وعن ابن عمر - رضي الله عنهما - قال: أخذ رسول الله صلى الله عليه وسلم بمنكبي فقال: كن في الدنيا كأنك غريب أو عابر سبيل وكان ابن عمر - رضي الله عنهما - يقول: إذا أمسيت

فلا تنتظر الصباح وإذا أصبحت فلا تنتظر المساء وخذ من صحتك لمرضك ومن حياتك لموتك. رواه البخاري

Artinya, "Dari Ibnu Umar ra, beliau berkata: "Rasulullah saw pernah memegang kedua pundakku seraya berkata, "Jadilah engkau di dunia seperti orang asing atau musafir." Ibnu Umar berkata: "Jika engkau berada di sore hari jangan menunggu datangnya pagi dan jika engkau berada pada waktu pagi hari jangan menunggu datangnya sore. Pergunakanlah masa sehatmu sebelum sakit dan masa hidupmu sebelum mati." (HR Al-Bukhari).

Gaya hidup minimalis ala Rasulullah juga tercermin dalam hadits yang menegaskan bahwa pada akhirnya harta yang dimiliki seseorang bersifat fana dan lenyap, baik dalam bentuk makanan, kebutuhan sehari-hari atau sedekah amal jariyah. Sedangkan sisanya, boleh jadi bukan dirinya yang menikmatinya. Terkait hal di atas, Abdullah bin As-Syukhair pernah menceritakan:

أتيت النبي صلى الله عليه وسلم وهو يقرأ ألهاكم التكاثر قال: يقول ابن آدم: مالي مالي . قال: وهل لك يا ابن آدم من مالك إلا ما أكلت فأفנית أو لبست فأبليت أو تصدقت فأمضيت

Artinya, "Aku datang kepada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, dan beliau sedang membaca Alhaakumut takaatur, lalu beliau bersabda: "Anak Adam berkata: 'Hartaku, hartaku.'" Kemudian Nabi saw berkata lagi: 'Wahai anak Adam tidaklah ada dari hartamu kecuali yang engkau makan kemudian lenyap, atau pakaian yang engkau pakai kemudian usang, atau yang engkau sedekahkan dan jadi simpananmu (di akhirat)." (HR Muslim).

Rasulullah saw mengajarkan umatnya untuk tidak terlalu terikat pada kekayaan dunia yang sementara, melainkan memprioritaskan nilai-nilai spiritual dan amal kebaikan yang akan membawa keberkahan di dunia dan akhirat. Dengan demikian, hidup minimalis ala Rasulullah adalah tentang melepaskan ketergantungan pada harta benda, bukan tentang hidup serba berkekurangan, akan tetapi tentang kecukupan dan keseimbangan dalam menilai sesuatu. Wallahu a'lam.

Materialisme

Materialisme merupakan fenomena sosial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat modern. Dalam perspektif teori simbolisme konsumsi, materialisme tidak hanya sekadar soal kepemilikan barang, melainkan juga tentang pemaknaan simbolis terhadap produk dan merek sebagai bagian dari pembentukan identitas diri. Seiring dengan meningkatnya orientasi masyarakat terhadap konsumsi, merek menjadi elemen penting dalam menentukan

nilai simbolis suatu produk, yang pada akhirnya menciptakan pola konsumsi berbasis status sosial dan citra diri.

Fenomena ini memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk nilai-nilai sosial, budaya, dan bahkan pendidikan anak sejak usia dini. Dalam konteks pasar global, materialisme juga dipengaruhi oleh kekuatan institusional seperti politik, ekonomi, dan teknologi, yang semuanya berkontribusi pada pembentukan paradigma sosial dominan. Pada saat yang sama, faktor tekanan kelompok sebaya dan dorongan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial tertentu semakin memperkuat pola konsumsi materialistik, terutama di kalangan anak muda.

Namun, Islam memberikan panduan hidup yang dapat menjadi solusi untuk mengatasi dampak negatif materialisme. Rasulullah saw mengajarkan prinsip hidup sederhana dan minimalis, serta mengingatkan umatnya untuk bersyukur atas nikmat Allah dan tidak terjebak dalam membanding-bandingkan kepemilikan duniawi. Prinsip ini relevan untuk membangun kehidupan yang lebih seimbang dan bermakna, baik secara individu maupun kolektif.

Melalui pembahasan ini, diharapkan dapat dipahami bahwa meskipun materialisme telah menjadi bagian tak terpisahkan dari dinamika masyarakat modern, ada nilai-nilai spiritual yang dapat dijadikan pedoman untuk menjaga keseimbangan dalam menjalani kehidupan.

Inti materialisme terletak pada orientasi eksternal di mana pandangan diri yang positif dan penerimaan diri tergantung kepada kepemilikan benda-benda, uang, power dan image (Kashdan & Breen, 2007: 523) yang menurut Micken dan Roberts (1999) akan dihidupkan terus menerus melalui feedback dari orang lain. Hal ini mengungkapkan adanya makna simbolis, bukan makna utilitarian, dari produk atau merk yang dicari oleh para konsumen untuk membentuk identitas dirinya di mata orang lain. Pemaknaan simbolis dari sebuah merk yang dilakukan oleh konsumen sesuai dengan orientasi konsumen dari the Theory of Consumption Symbolism yang bersifat interdisipliner, karena menyangkut berbagai bidang ilmu, seperti filsafat, psikologi, antropologi, ekonomi dan sosiologi. Teori ini dibentuk dengan tujuan mengidentifikasi mekanisme pemaknaan konsumsi di pasar kontemporer dan hubungannya dengan perilaku konsumen. Salah satu orientasi teori ini adalah orientasi konsumen yang menyatakan bahwa pemaknaan sebuah merk harus dilihat dalam konteks konsumen, karena konsumenlah yang menentukan makna merk itu (Eun-Jung Lee, Association for Consumer Research, Vol. 36: 3).

Materialisme sampai saat ini masih merupakan topik penelitian yang menarik banyak ahli dari berbagai bidang demographer, ahli politik, psikolog sosial, dan peneliti konsumen (Burrough & Rindfleisch, 2002:348). Ada beberapa peneliti yang menyatakan bahwa materialisme merupakan tanda dari makmurnya sebuah masyarakat (sebuah konsekuensi yang logis di mana meningkatnya pendapatan sebuah masyarakat akan menyebabkan peningkatan dalam konsumsinya), ada juga yang menyatakan bahwa materialisme merupakan sebuah akibat yang negatif bagi masyarakat yang berorientasi kepada konsumsi (juga sebuah konsekuensi yang logis ketika aktivitas konsumsi menjadi sebuah hal yang bernilai lebih penting dibandingkan memiliki merk yang telah dibeli), dan ada juga yang menyatakan

bahwa materialisme tidak bisa disebut baik atau buruk, karena ia merupakan salah satu institusi yang ada dalam sebuah masyarakat (Kilbourne, 2009: 1-2).

Materialisme memiliki kaitan erat dengan merk produk, karena merk saat ini menjadi sangat penting sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian produknya. Dengan demikian tidak heran bila merklah yang sering digunakan para produsen dalam memunculkan makna simbolis bagi produknya. Makna simbolis disampaikan produsen kepada calon konsumennya melalui iklan yang kemudian ditransfer kepada merk, bukan kepada produknya. Banyak pemasar saat ini yang mengiklankan imaji produknya, bukan produk fisiknya. Misalnya produsen rokok saat ini di Indonesia mengiklankan imaji rokoknya melalui penyorotan kehebatan modelnya dalam kegiatan luar ruangnya atau memperlihatkan kegiatan sosialnya yang mendukung pemberdayaan masyarakat sekitar pabrik rokok tersebut, dengan demikian diharapkan mampu dimunculkan persepsi di kalangan masyarakat bahwa merk rokok X - bukan rokoknya yang membahayakan manusia - adalah merk yang pas untuk beraktivitas.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin tinggi saat ini semakin memudahkan konsumen untuk memilih merk apa saja yang sesuai dengan konsep dirinya untuk ditampilkan ke publik atau orang lain (Elliot & Wattanasuwan, 1998). Pembentukan konsep diri melalui pembelian merk-merk tertentu saat ini menjadi semakin mudah dengan semakin banyaknya orang yang materialistis-terlepas dari mana sumber pendanaan untuk pembentukan konsep diri tersebut. Karenanya tidaklah heran bila merk tertentu memungkinkan produsen atau pemasarnya untuk menetapkan harga premium yang karena nilai simbolisnya akan tetap. dikejar konsumen yang seringkali tampak tidak logis, irasional untuk konsumen lainnya.

Wicklund dan Gollwitzer (1982) yang dikutip Elliot & Leonard (tt.: 349), menyatakan bahwa berkembangnya konsumsi merk yang mengutamakan fungsi simbolisnya dibandingkan fungsi utilitariannya diakibatkan sebagai kompensasi para individu yang merasa dirinya tidak memiliki banyak kualitas pribadi sebagai manusia. Dengan dimilikinya benda-benda simbolis yang memiliki nilai tinggi di mata orang lain, seorang individu merasa bisa memiliki kualitas dalam hal lain yang akan mengalihkan perhatian orang tidak lagi kepada kualitas pribadinya. sebagai manusia. Pelarian seperti ini sekilas tampak tidak logis, tetapi berkat dukungan program promosi produsen, masyarakat semakin terjerat dalam perilaku ini yang dianggap merupakan sesuatu yang wajar. bagi mayoritas masyarakat. Akibatnya pembentukan nilai-nilai kehidupan dalam pendidikan anak-anak sejak mereka kecil menjadi tereduksi.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Materialisme

Secara teoretis terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yang materialistis:

1) Kekuatan Institusional (Dominant Social Paradigm)

Materialisme pada dasarnya merupakan sebuah fakta yang disadari atau tidak telah berada lama berkembang dalam masyarakat, termasuk Indonesia, karena ia tidak bisa terlepas dari sistem nilai yang ada. Karena itu materialisme akan berbeda

untuk budaya yang satu dibandingkan dengan budaya lainnya. Misalnya perilaku konsumen ponsel BlackBerry di Indonesia yang ternyata sama sekali berbeda dengan konsumen di negara lain, termasuk sesama negara Asia. Ada beberapa bukti yang menunjukkan budaya memiliki pengaruh atas materialisme, yaitu (Kilbourne, 2009: 2, 4)

Hubungan antara materialisme dengan institusi sosial atau ideologi telah dikemukakan oleh Ger (1997) yang menyatakan bahwa perkembangan konsumsi manusia tergantung kepada transformasi institusi yang mendukung status quo dalam masyarakat industri. Dengan demikian, menurut Jones (1987), materialisme dikaitkan secara kuat dalam struktur institusional dari negara-negara maju. Struktur institusional bisnis di negara maju saat ini sudah bersifat 'menggurita', sehingga jika tidak diikuti oleh tingkat penjualan yang cepat dan masif, eksistensi perusahaan akan terancam oleh biaya overhead yang amat tinggi.

Belk dan Foxall & Goldsmith menyatakan bahwa barang-barang material menjadi penting bagi individu yang kurang mampu mengkomunikasikan makna kulturalnya (Lindridge, et.al.). Hal ini memperlihatkan bahwa mereka yang materialistis memiliki pemahaman akan nilai yang lebih rendah dibanding mereka yang memiliki pemahaman akan nilai yang tinggi.

Holt menyatakan bahwa materialisme mewakili sebuah manifestasi yang dibentuk secara sosial yang berbeda tergantung kepada sistem nilai yang ada. Mick di tahun 1996 menyatakan bahwa begitu sistem nilai sebuah masyarakat berubah, maka berubah juga evaluasi materialismenya. Materialisme dalam masyarakat Barat akhirnya diinstitusionalisasi ketika ia menjadi bentuk budaya yang dominan dari konsumsi. Hal ini terjadi berkat pengaruh promosi kaum Neo Liberal yang semakin kuat dengan tentakel-tentakelnya di seluruh dunia penawaran produk yang semakin memanjakan konsumen maupun produk yang semakin praktis dikonsumsi.

Penelitian di China membuktikan adanya bukti yang menunjukkan kalau materialisme dibentuk oleh sistem nilai personal berupa ideologi sosialis dan filsafat komunis (Yang, 2006: 5). Menurut Kilbourne et.al. (2009: 4-7), materialisme dibentuk dalam pasar, di mana pasar merupakan sebuah lembaga yang dibentuk secara sosial oleh beberapa kekuatan institusional (dikenal sebagai Dominant Social Paradigm), yaitu

1. Kekuatan politik, terdiri dari (i) individu yang posesif yang bebas dari kehendak orang lain, memasuki pasar secara sukarela dan merupakan satu-satunya pemilik dari kapasitasnya dan produk dari tenaga kerjanya; (ii) kepemilikan, yaitu konstruksi sosial yang mengatur kepemilikan output; (iii) government, yaitu penjamin akan hidup, kebebasan dan kepemilikan individu (hal ini tidak sepenuhnya benar, karena tergantung kepada ideologi sebuah negara).
2. Kekuatan ekonomi, terdiri dari (i) interest, yaitu setiap individu bebas untuk mencapai kepentingannya; (ii) progress, yaitu berkenaan dengan peningkatan konsumsi; dan (iii) growth, yaitu distribusi yang disesuaikan dengan pareto optimality.
3. Kekuatan teknologi, terdiri dari (i) Hope, berkenaan dengan optimisme yang meluas akan kemajuan di masa depan; (ii) good, berkenaan dengan segala

kebaikan yang diperoleh dari kekuatan teknologi; (iii) control, berkenaan dengan pengawasan akan kekuatan teknologi. d. kekuatan organisasional (antropocentric) terdiri dari (i) human, berkenaan dengan kapasitas alam dalam upaya 'melayani kepentingan manusia; (ii) resource, berkenaan dengan penggunaan sumber daya alam demi kemajuan manusia; (iii) use nature, berkenaan dengan kegunaan sumber daya alam bagi manusia. e. kekuatan kompetisi.

Terdiri dari (i) natural, berkenaan dengan sifat kompetisi yang alami; (ii) important, berkenaan dengan anggapan bahwa kompetisi lebih penting dibandingkan kerja sama; (iii) beneficial, berkenaan dengan manfaat kompetisi bagi kemajuan manusia.

Perbandingan antara gaya hidup materialistis zaman sekarang dan kehidupan sederhana pada zaman Rasulullah S.A.W

1. Nilai yang Diutamakan

Kehidupan materialistis, di era modern ini, banyak orang lebih mengejar harta, status sosial, dan gaya hidup mewah. Barang-barang mahal sering dianggap sebagai simbol kesuksesan. Kehidupan sederhana, Sebaliknya, hidup sederhana lebih fokus pada kebutuhan utama, hubungan yang tulus, dan ketenangan hati daripada kemewahan.

2. Pola Konsumsi

Materialisme, perilaku konsumtif semakin meningkat, apalagi dengan kemudahan belanja online dan pengaruh media sosial. Orang cenderung membeli barang hanya untuk mengikuti tren. Kesederhanaan, gaya hidup sederhana memilih untuk membeli barang seperlunya, tidak terjebak dalam arus tren, dan lebih bijak dalam menggunakan sumber daya.

3. Penggunaan Waktu dan Prioritas

Kehidupan materialistis, waktu sering dihabiskan untuk bekerja keras demi mengejar materi. Sayangnya, ini sering membuat waktu untuk keluarga dan ibadah terabaikan. Kehidupan sederhana, sebaliknya, mereka yang memilih hidup sederhana lebih memprioritaskan waktu untuk keluarga, ibadah, dan hal-hal yang membawa ketenangan jiwa.

4. Kebahagiaan yang Dirasakan

Materialisme, kebahagiaan biasanya bergantung pada kepemilikan barang atau pengakuan orang lain, tetapi sifatnya sementara. Kesederhanaan, hidup sederhana menghadirkan kebahagiaan dari rasa syukur, kedamaian, dan hubungan yang baik dengan orang-orang di sekitar.

KESIMPULAN

Gaya hidup materialistis mungkin terlihat menyenangkan di luar, tetapi sering kali membawa stres dan rasa kurang puas. Sebaliknya, hidup sederhana memberikan ketenangan dan lebih mudah membawa hati pada rasa syukur kepada Allah. Kebahagiaan sejati bukanlah soal memiliki segalanya, tetapi merasa cukup dengan apa yang kita punya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agna Rahmat Maulana, Uus Husni Hoer, Siti Fitria Firmansyah, & Zahron Nafisah. (2025). Hadith About Social Concern. *Taqiriri: Journal of Al-Hadith Science Studies*, 1(1), 42–52. <https://doi.org/10.61166/taqiriri.viii.5>
- Amien, N. (2024, 5 Maret). *Kajian Hadits: Gaya Hidup Minimalis ala Rasulullah*. Diakses pada 5 Januari 2024, dari <https://islam.nu.or.id/ilmu-hadits/kajian-hadits-gaya-hidup-minimalis-ala-rasulullah-Op2rT>
- Anisa Lestari, Nurul Layali, Fahriya, & Mashudi. (2025). The Role of Islamic Economic Principles in the Formation of Public Policy. *Al-Abqori: Journal of Islamic Thought Studies*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.61166/abqori.viii.1>
- Kheqal Fitradinata, Muhammad Fadhli, Riyandi Fatur Nugraha, & Zulfikar Hasan. (2024). Poverty Alleviation Strategy Through the Sharia Economic Model. *Maklumat: Journal of Da'wah and Islamic Studies*, 2(2), 50–63. <https://doi.org/10.61166/maklumat.v2i2.20>
- La Coy, & Ahmad Mohammad Tidjani. (2024). The Purpose and Function of the Hadith About the Economy. *Al-Bunyan: Interdisciplinary Journal of Qur'an and Hadith Studies*, 2(2), 77–86. <https://doi.org/10.61166/bunyan.v2i2.34>
- Mulyono, F. (2011). Materialisme: Penyebab dan Konsekuensi. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 15(2), 47–51. Diakses pada 5 Januari 2024, dari <https://media.neliti.com/media/publications/12875-ID-materialisme-penyebab-dan-konsekuensi.pdf>
- Robiatul Samiah, Lina Pusvisasari, Agna Rahmat Maulana, & Sarah Apiani. (2025). Western Imperialism Against the Islamic World. *Al-Wadhih: Journal of Islamic History and Civilization*, 1(1), 12–19. <https://doi.org/10.61166/alwadhih.viii.2>
- Tatha Amelia Fretika, Lailatul Fitria, M Firdaus Tri Kuncoro, & Mashudi. (2025). Implementation of Zakat Mal Law in the Islamic Political Economic System. *Al-Iffah: Journal of Islamic Sciences Research*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.61166/iffah.viii.3>
- Wildan Solihin, Maspuroh, Fikri Abdillah Azam, N.Ulfi Alawiah, & Alifya Nur Hafshah. (2025). The Nature of an Ideal Society According to the Al-Quran Perspective. *Tilawah: Journal of Al-Qur'an Studies*, 1(1), 22–32. <https://doi.org/10.61166/tilawah.viii.3>