

KONSEP *HALAL LIFESTYLE* MENURUT AL-GHAZALI DAN IBN KHALDUN: STUDI KOMPARATIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

¹Faza Nazlatuz Zahira
fazazahira795@gmail.com

²Muhammad Yazid
muhammadyazid02@gmail.com

³Abdur Rohman
abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Received: 19-06-2026

Revised: 25-06-2026

Accepted: 31-06-2026

Abstract

The development of halal lifestyle in recent years shows the expansion of the meaning of religious practices into part of the global halal lifestyle and industry. On the other hand, various studies show that Muslim consumption practices are still influenced by consumptive behavior and symbolic orientation towards halal products, so that a conceptual study of halal lifestyle is needed from an Islamic economic perspective. This study aims to comparatively analyze the concept of halal lifestyle according to Al-Ghazali and Ibn Khaldun and to compile a conceptual synthesis relevant to the development of halal lifestyle from an Islamic economic perspective. This study uses a qualitative approach with library research. The unit of analysis is the concepts of halal lifestyle in the books *Ihya' Ulum al-Din* by Al-Ghazali and *Muqaddimah* by Ibn Khaldun. Data were analyzed using qualitative content analysis through a descriptive-comparative approach with textual hermeneutic interpretation. The results show that Al-Ghazali emphasizes qana'ah and zuhud as internal control mechanisms for consumption behavior, while Ibn Khaldun emphasizes external control through the rejection of tarafu' to maintain the sustainability of *'umran*. The synthesis of these two perspectives produces a Value-

¹ Sunan Ampel State Islamic University Surabaya

² Sunan Ampel State Islamic University Surabaya

³ University of Trunojoyo Madura

Based Halal Lifestyle Model that integrates individual ethical dimensions and socio-civilizational dimensions as a conceptual framework in developing halal lifestyle studies from an Islamic economic perspective.

Keywords: *Halal lifestyle*, Al-Ghazali, Ibn Khaldun, Islamic economics, consumer behavior.

Abstrak

Perkembangan *halal lifestyle* dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perluasan makna dari praktik keagamaan menjadi bagian dari gaya hidup dan industri halal global. Di sisi lain, berbagai penelitian menunjukkan bahwa praktik konsumsi masyarakat Muslim masih dipengaruhi oleh perilaku konsumtif dan orientasi simbolik terhadap produk halal, sehingga diperlukan kajian konseptual mengenai *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan menganalisis secara komparatif konsep *halal lifestyle* menurut Al-Ghazali dan Ibn Khaldun serta menyusun sintesis konseptual yang relevan bagi pengembangan *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis library research. Unit analisis berupa konsep-konsep *halal lifestyle* dalam kitab *Ihya' Ulum al-Din* karya Al-Ghazali dan *Muqaddimah* karya Ibn Khaldun. Data dianalisis menggunakan qualitative content analysis melalui pendekatan deskriptif-komparatif dengan interpretasi hermeneutika tekstual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Ghazali menekankan *qana'ah* dan *zuhud* sebagai mekanisme pengendalian internal terhadap perilaku konsumsi, sedangkan Ibn Khaldun menekankan pengendalian eksternal melalui penolakan terhadap *tarafu'* demi menjaga keberlanjutan *'umran*. Sintesis kedua perspektif tersebut menghasilkan Model *Halal Lifestyle* Berbasis Nilai yang mengintegrasikan dimensi etika individual dan dimensi sosial-peradaban sebagai kerangka konseptual dalam pengembangan kajian *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam.

Keywords: *Halal lifestyle*, Al-Ghazali, Ibn Khaldun, ekonomi Islam, perilaku konsumsi.

PENDAHULUAN

Halal lifestyle telah berkembang dari praktik kepatuhan terhadap syariat menjadi bagian dari gaya hidup dan industri halal global yang memiliki nilai ekonomi signifikan.⁴ Laporan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report* menunjukkan bahwa pengeluaran konsumen Muslim pada sektor ekonomi halal mencapai lebih dari USD 2 triliun⁵ dan diproyeksikan terus meningkat seiring pertumbuhan populasi Muslim dunia serta meningkatnya daya beli kelas menengah Muslim di berbagai negara.⁶ Perkembangan tersebut mendorong perluasan industri halal ke berbagai sektor, termasuk makanan dan minuman, modest fashion, pariwisata ramah Muslim, kosmetik, farmasi, dan keuangan syariah.

Di sisi lain, perkembangan *halal lifestyle* juga diikuti oleh perubahan perilaku konsumsi masyarakat Muslim. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumsi produk halal tidak hanya dipengaruhi oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga oleh faktor gaya hidup, identitas sosial, citra merek, dan

⁴ Novalini Jailani and Hendri Hermawan Adinugraha, "The Effect of *Halal Lifestyle* on Economic Growth in Indonesia," *Journal of Economics Research and Social Sciences* 6, no. 1 (2022): 44–53, <https://doi.org/10.18196/jeress.v6i1.13617>.

⁵ Thomson Reuters, "State of the Global Islamic Economy Report 2025/26: Executive Summary," *Dinar Standard* (New York, 2026).

⁶ A. Rachim Hadliyanto and Meilanny Budiarti Santoso, "Mainstreaming the *Halal Lifestyle*: Between Opportunities and Challenges of Social Protection Capacity in Global Trends," *Adbispreuner* 4, no. 2 (2021): 151–61, <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33085>.

preferensi konsumen.⁷ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dalam perkembangan pasar modern, label halal juga mengalami perluasan makna sebagai atribut yang memiliki nilai ekonomi, identitas, dan preferensi konsumen.

Perkembangan tersebut menunjukkan adanya dinamika antara dimensi ekonomi dan dimensi etika dalam implementasi *halal lifestyle*. Di satu sisi, perluasan industri halal memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pilihan produk bagi masyarakat Muslim.⁸ Di sisi lain, kondisi tersebut memunculkan kebutuhan untuk menelaah kembali landasan filosofis *halal lifestyle* agar implementasinya tetap selaras dengan prinsip maqashid al-syariah, khususnya dalam mendorong perilaku konsumsi yang seimbang, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan.

Perkembangan industri halal yang pesat tidak selalu diikuti oleh perubahan orientasi perilaku konsumsi masyarakat Muslim. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk halal tidak hanya dipengaruhi oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga oleh faktor gaya hidup, identitas sosial, citra merek, dan pengaruh media digital.⁹ Di kalangan generasi

⁷ Muhammad Fathrul Quddus, "Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam," *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 43–60, <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2771>.

⁸ Mursal et al., "The Meaning of Consuming Halal Products According to Muslim Millennial Generation in Realizing Of Maqasid Sharia 'Maslahah,'" *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law* 10, no. 2 (2025): 2541–3910, <https://doi.org/https://doi.org/10.24256/alw.v10i2.6485>.

⁹ Awwaliyatu Shabrina and Ibn Muttaqin, "The Influence of Fear of Missing Out, Social Media Influencers and Hedonist Lifestyles on the Consumptive Behavior of Generation Z Muslims in Kudus," *Adilla: Journal of Sharia Economics* 208 | Volume 21, No. 1, Januari–Juni, 2026

muda sebagai salah satu segmen utama pasar halal, media sosial turut membentuk preferensi konsumsi melalui praktik *self-presentation*, *electronic word of mouth*, dan *flexing*, sehingga produk halal pada konteks tertentu dipersepsikan tidak hanya sebagai simbol kepatuhan agama, tetapi juga sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup.¹⁰ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *halal lifestyle* merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, ekonomi, dan budaya.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *halal lifestyle* tidak hanya berkaitan dengan meningkatnya konsumsi produk halal, tetapi juga dengan bagaimana nilai-nilai halal dipahami dan diimplementasikan dalam perilaku ekonomi masyarakat Muslim. Oleh karena itu, pembahasan mengenai *halal lifestyle* tidak cukup hanya berfokus pada aspek legalitas produk atau perkembangan industri halal, tetapi juga perlu mempertimbangkan dimensi etika konsumsi sebagai bagian dari tujuan ekonomi Islam.¹¹

Berangkat dari kondisi tersebut, pengembangan konsep *halal lifestyle* memerlukan landasan filosofis yang mampu menjelaskan hubungan antara kepatuhan syariah, perilaku konsumsi, dan tujuan

9, no. 1 (2026): 51-65, <https://doi.org/https://doi.org/10.52166/adilla.v9i1.9616>.

¹⁰ Yuliana Ulfidatul Hoiriyah and Yustina Chrismardani, "Jurnal Kajian Ilmu Manajemen," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1, no. 2 (2021): 115-20, <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11590>.

¹¹ Baitul Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1, <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.

ekonomi Islam.¹² Kajian terhadap pemikiran ekonomi Islam menjadi relevan karena menawarkan perspektif yang tidak hanya menempatkan halal sebagai atribut produk, tetapi juga sebagai bagian dari nilai yang membentuk perilaku individu dan kehidupan sosial.¹³ Oleh karena itu, telaah terhadap konsep *halal lifestyle* dalam perspektif pemikiran ekonomi Islam diperlukan sebagai dasar untuk memahami implementasi gaya hidup halal secara lebih komprehensif.

Kajian mengenai *halal lifestyle* dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tiga kecenderungan utama. Pertama, pendekatan maqashid al-syariah yang menempatkan *halal lifestyle* sebagai sarana mewujudkan kesejahteraan holistik Miswanto dan Fatimah (2025).¹⁴ Kedua, pendekatan transformasi digital yang menyoroti perluasan akses terhadap produk halal sekaligus perubahan orientasi konsumsi masyarakat Muslim (Lestianingsih dkk., 2025).¹⁵ Ketiga, pendekatan perilaku konsumen yang menjelaskan pengaruh

¹² Maryam Nurdin et al., *Ekonomi Islam Dan Industri Halal*, ed. Tim Kreasi CV. AA. Rizky, Pertama (Banten: CV.AA.RIZKY, 2025), https://www.researchgate.net/publication/396448839_EKONOMI_ISLAM_DAN_INDUSTRI_HALAL.

¹³ Syarif Hidayat, Mita Rahmawati Fauziah, and Ichwan Shafa, "Kepuasan Konsumen: Analisis Prinsip-Prinsip Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Dan Produk," *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2025): 13–28, <https://doi.org/10.55252/annawawi.v5i1.59>.

¹⁴ Agus Miswanto and Siti Fatimah, "Gaya Hidup Halal Dalam Perspektif Maqasid Syariah: Membangun Kesejahteraan Holistik," *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 5, no. 2 (2025): 57–67, <https://doi.org/https://doi.org/10.30653/ijma.202552.148>.

¹⁵ Eneng Nenden Lestianingsih et al., "Maqā Ṣ Id Al- Sharī ' Ah Al-Shatibi in the Digital Era : Contemporary Perspectives on *Halal Lifestyle* and Technology in Indonesia," *Jurnal Syari'ah & Hukum* 7, no. 1 (2025): 57–76, <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/mawarid.vol7.iss1.art4>.

gaya hidup dan kesadaran kesehatan terhadap keputusan konsumsi produk halal (Latifah, 2025).¹⁶ Meskipun ketiga pendekatan tersebut memberikan kontribusi penting, kajian yang ada masih cenderung memandang *halal lifestyle* sebagai fenomena perilaku konsumen atau perkembangan industri halal kontemporer. Akibatnya, dimensi filosofis yang menghubungkan etika konsumsi individu dengan keberlanjutan kehidupan sosial dalam perspektif pemikiran ekonomi Islam belum memperoleh perhatian yang memadai.

Meskipun memberikan kontribusi yang penting, penelitian-penelitian tersebut belum banyak mengkaji *halal lifestyle* melalui perspektif pemikiran ekonomi Islam klasik sebagai landasan konseptual. Padahal, pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun menawarkan perspektif yang saling melengkapi mengenai etika konsumsi, keseimbangan hidup, dan pembangunan peradaban.¹⁷ Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis secara komparatif konsep *halal lifestyle* menurut Al-Ghazali dan Ibn Khaldun serta menyusun sintesis konseptual yang relevan bagi pengembangan *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam.

¹⁶ Siti Nur Latifah, "Perilaku Konsumen Produk Halal Dalam Kerangka Maqashid Syariah: Integrasi TPB, Life Style, Dan Health Consciousness," *Moderasi: Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2025): 629–56, <https://doi.org/10.54471/moderasi.v5i2.162>.

¹⁷ Setiawan Bin Lahuri et al., "Basic Needs as the Foundation of Consumer Behavior: An Analytical Study of Al-Ghazali's Thought," *Al-Mustashfā: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2024): 223, <https://doi.org/https://doi.org/10.24235/jm.v9i2.16764>.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis *library research* (studi kepustakaan). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menganalisis konsep *halal lifestyle* menurut Al-Ghazali dan Ibn Khaldun melalui kajian terhadap berbagai literatur ilmiah yang membahas pemikiran kedua tokoh dalam perspektif ekonomi Islam. Dengan demikian, penelitian tidak berfokus pada perilaku konsumen secara empiris, tetapi pada analisis konseptual mengenai *halal lifestyle* berdasarkan pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun.

Sumber data penelitian terdiri atas literatur primer berupa karya-karya Al-Ghazali dan Ibn Khaldun sebagaimana dibahas dalam berbagai referensi ilmiah, serta literatur sekunder berupa artikel jurnal, buku, dan hasil penelitian yang relevan mengenai *halal lifestyle*, ekonomi Islam, serta pemikiran kedua tokoh. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsep-konsep yang berkaitan dengan *halal lifestyle*, seperti *qana'ah*, *zuhud*, *tazkiyatun nafs*, *'umran*, dan *tarafu*, yang diidentifikasi melalui kajian terhadap literatur tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi melalui penelusuran, seleksi, dan telaah sistematis terhadap berbagai sumber pustaka yang relevan. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan. Tahap pertama, mengidentifikasi konsep-konsep *halal lifestyle* dalam pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun menggunakan qualitative content analysis. Tahap kedua, melakukan analisis komparatif untuk mengidentifikasi persamaan dan

perbedaan konsep yang dikemukakan oleh kedua tokoh. Tahap ketiga, mengintegrasikan hasil analisis tersebut melalui interpretasi tekstual sehingga diperoleh sintesis konseptual mengenai *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam. Untuk menjaga keabsahan hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber pustaka dengan membandingkan berbagai referensi yang relevan serta pengecekan konsistensi konsep antar-literatur. Proses ini bertujuan untuk memperoleh interpretasi yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL PENELITIAN

Konstruksi Pemikiran Al-Ghazali tentang Konsumsi dan Gaya Hidup

Berdasarkan telaah terhadap berbagai literatur mengenai pemikiran Al-Ghazali, penelitian ini mengidentifikasi bahwa konsep *halal lifestyle* dibangun atas tiga nilai utama, yaitu *tazkiyatun nafs*, *qana'ah*, dan *zuhud*. Ketiga nilai tersebut saling berkaitan dalam membentuk etika konsumsi yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga pada pembinaan karakter, pengendalian diri, dan pencapaian kemaslahatan.¹⁸ Dengan demikian, *halal lifestyle* dalam perspektif Al-Ghazali dipahami sebagai gaya hidup yang mengintegrasikan dimensi

¹⁸ Ega Saputra et al., "Akar-Akar Filsafat Ekonomi Dalam Pemikiran Klasik Islam: Relevansi Al-Ghazali Dan Ibn Khaldun Bagi Ekonomi Kontemporer," *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)* 6, no. 1 (2026): 18–29, <https://doi.org/https://doi.org/10.30739/jpsda.v6i1.4532>.

spiritual dan ekonomi secara seimbang. Visualisasi konsep nilai konsumsi tersebut beserta relevansinya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Konsep Nilai Konsumsi Al-Ghazali dan Relevansinya terhadap Halal Lifestyle

Konsep	Makna dalam Pemikiran Al-Ghazali	Kontribusi terhadap <i>Halal Lifestyle</i>
<i>Tazkiyatun Nafs</i>	Penyucian jiwa melalui pengendalian hawa nafsu	Menjadi landasan moral dalam perilaku konsumsi
<i>Qana'ah</i>	Sikap merasa cukup atas rezeki yang diperoleh	Mengendalikan kecenderungan konsumtif
<i>Zuhud</i>	Menempatkan harta secara proporsional	Mendorong keseimbangan antara kebutuhan material dan tujuan spiritual

Telaah literatur menunjukkan bahwa Al-Ghazali menempatkan *tazkiyatun nafs* sebagai landasan utama dalam perilaku ekonomi. Aktivitas konsumsi dipandang sebagai bagian dari proses penyucian jiwa, sehingga keputusan ekonomi tidak semata-mata didasarkan pada pemenuhan keinginan, tetapi juga pada kemampuan individu mengendalikan hawa nafsu sesuai dengan nilai-nilai syariat.¹⁹ Dalam kerangka tersebut, Al-Ghazali mengklasifikasikan kebutuhan manusia ke dalam tiga tingkatan,

¹⁹ Abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum Al-Din*, 4th ed. (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, n.d.).

yaitu *dharuriyah*, *hajiyyah*, dan *tahsiniyah*.²⁰ Klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan harus mempertimbangkan skala prioritas dan kemaslahatan sehingga konsumsi tetap berada dalam batas yang proporsional.

Selain *tazkiyatun nafs*, penelitian ini mengidentifikasi bahwa *qana'ah* dan *zuhud* merupakan dua nilai yang berperan sebagai mekanisme pengendalian konsumsi. *Qana'ah* dipahami sebagai sikap menerima dan merasa cukup atas rezeki yang diperoleh,²¹ sedangkan *zuhud* dimaknai sebagai kemampuan menempatkan harta secara proporsional tanpa menjadikannya tujuan utama kehidupan.²² Kedua konsep tersebut menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi tidak diarahkan untuk membatasi pemenuhan kebutuhan, tetapi untuk membangun keseimbangan antara kepentingan material dan tujuan spiritual.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Al-Ghazali memandang perilaku *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (pemborosan) sebagai bentuk penyimpangan dari prinsip konsumsi yang berorientasi pada kemaslahatan.²³ Dalam perspektif ini, *halal*

²⁰ Nanda Islachul Muslimah and Vietha Devia SS, "Determinan Pola Konsumsi Dharuriyyah, Hajiyyah Dan Tahsiniyyah (Studi Kasus Penggunaan Marketplace Di Kota Malang)," *Al-Muzara'ah* 11, no. 2 (2023): 133–54, <https://doi.org/10.29244/jam.11.2.133-154>.

²¹ Malikhatul Kamalia Halimatussa'diyah and Anggi Wahyu Ari, "Makna Qana'ah Dan Implementasinya Di Masa Kini (Kajian Tafsir Tahlili QS. Al-Hajj, 22: 36)," *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam* 3, no. 1 (2022): 45–61, <https://doi.org/https://doi.org/10.58401/takwiluna.v3i1.631>.

²² Muhammad Fahrurrozi, "Zuhud in Modern Sufism: Bridging Spirituality and Economic Life," *RELIGIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 284, no. 2 (2024): 268–84, <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/religia.v27i2.8527>.

²³ Waheda Anwari, Muhammad Yazid, and Siti Musfiqoh, "Etika Konsumsi Al-Ghazali Dan Fenomena Konsumerisme Muslim Di Era Media Sosial," *EKSUDA*: 215 | Volume 21, No. 1, Januari–Juni, 2026

lifestyle tidak hanya ditentukan oleh kehalalan produk yang dikonsumsi, tetapi juga oleh cara memperoleh, menggunakan, dan mengelola harta secara bertanggung jawab. Berdasarkan hasil telaah tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa konstruksi *halal lifestyle* menurut Al-Ghazali menempatkan pengendalian diri sebagai fondasi utama yang menghubungkan aspek spiritual, etika konsumsi, dan tujuan kesejahteraan dalam ekonomi Islam.

Konstruksi Pemikiran Ibn Khaldun tentang Produksi dan Keberlangsungan Peradaban (*'Umran*)

Berdasarkan telaah terhadap berbagai literatur mengenai pemikiran Ibn Khaldun, penelitian ini mengidentifikasi bahwa konsep *halal lifestyle* tidak hanya berkaitan dengan perilaku konsumsi individu, tetapi juga memiliki implikasi terhadap keberlangsungan kehidupan sosial dan pembangunan peradaban.²⁴ Temuan ini menunjukkan bahwa pemikiran Ibn Khaldun menempatkan *'umran* sebagai kerangka utama dalam memahami hubungan antara konsumsi, produktivitas, dan kesejahteraan masyarakat.²⁵ Dengan demikian, *halal lifestyle* dipahami tidak hanya sebagai praktik konsumsi yang sesuai syariat, tetapi juga sebagai perilaku ekonomi yang mendukung keberlanjutan peradaban.

Jurnal Studi Ekonomi Syariah 6, no. 1 (2025): 9–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.51226/eksyda.v6i1.920>.

²⁴ Marjuan, Muhammad Nur, and Sugiyono, "Asabiyyah Dan Umran : Fondasi Sosiologi Islam," *JBT: Jurnal Basataka* 8, no. 2 (2025): 1544–52, <https://doi.org/https://doi.org/10.36277/basataka.v8i2.1125>.

²⁵ 'Abd al-Rahman Ibn Khaldun, *Al-Muqaddimah* (Beirut: Dar al-Fikr).

Perspektif Ibn Khaldun mengenai hubungan ekonomi dan kehidupan masyarakat disajikan pada Tabel 2 berikut.

Temuan Penelitian	Analisis Peneliti	Implikasi terhadap <i>Halal Lifestyle</i>
<i>'Umran</i>	Aktivitas ekonomi merupakan bagian dari pembangunan dan keberlanjutan peradaban.	Konsumsi perlu mendukung kesejahteraan sosial dan produktivitas masyarakat.
<i>Tarafu'</i>	Gaya hidup mewah yang berlebihan berpotensi melemahkan produktivitas dan kohesi sosial.	<i>Halal lifestyle</i> menuntut keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dan tanggung jawab sosial.
Produktivitas	Konsumsi ideal diarahkan untuk mendukung aktivitas ekonomi yang bernilai tambah.	Perilaku konsumsi perlu berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi dan kemaslahatan bersama.

Telaah literatur menunjukkan bahwa Ibn Khaldun memandang aktivitas konsumsi sebagai bagian dari dinamika pembangunan peradaban (*'umran*). Peningkatan produksi dan konsumsi merupakan konsekuensi dari perkembangan masyarakat

menuju kehidupan yang lebih maju.²⁶ Namun, perkembangan tersebut harus tetap diimbangi dengan produktivitas agar pertumbuhan ekonomi tidak hanya meningkatkan kemakmuran, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial dan ekonomi masyarakat.

Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa konsep *tarafu'* menjadi kritik utama Ibn Khaldun terhadap pola konsumsi yang berlebihan. *Tarafu'* dipahami sebagai kecenderungan menjadikan kemewahan dan status sosial sebagai orientasi utama konsumsi.²⁷ Dalam jangka panjang, perilaku tersebut berpotensi mengurangi produktivitas, meningkatkan beban ekonomi, serta melemahkan solidaritas sosial yang menjadi fondasi keberlangsungan suatu peradaban.

Selain itu, hasil telaah menunjukkan bahwa Ibn Khaldun memandang hubungan antara konsumsi dan produksi sebagai hubungan yang saling memengaruhi. Konsumsi yang tidak disertai produktivitas akan mendorong penggunaan sumber daya secara tidak efisien, sedangkan konsumsi yang diarahkan untuk mendukung aktivitas ekonomi produktif akan memperkuat pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.²⁸ Oleh karena itu,

²⁶ Nurul Rahmah Kusuma et al., "Actualization of Indonesian Economic and Cultural Development Reviewed from Ibn Khaldun's Thoughts," *Mimbar Agama Budaya* 41, no. 1 (2024): 95–108, <https://doi.org/10.15408/mimbar.v41i1.38872>.

²⁷ S.A. Safry Saing et al., "Pemikiran Ekonomi Pada Masa Ibnu Khaldun," *Pajak Dan Manajemen Keuangan* 2, no. 3 (2025): 75–84, <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v2i3.1262>.

²⁸ Noviendri Djalil, "Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan," *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen* 15, no. 1 (2026): 37–45, <https://doi.org/https://doi.org/10.32546/lq.v15i1.3378>.

perilaku konsumsi tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab sosial dalam menjaga keberlanjutan kehidupan bersama.

Berdasarkan hasil analisis, konsep *halal lifestyle* dalam perspektif Ibn Khaldun dapat dipahami sebagai pola konsumsi yang menempatkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan, produktivitas ekonomi, dan keberlanjutan peradaban sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Analisis ini menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi yang sesuai dengan prinsip halal, tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab sosial yang berkontribusi terhadap terpeliharanya *'umran* melalui penghindaran terhadap perilaku *tarafu* yang berlebihan.

Rekonstruksi Konsep *Halal Lifestyle* dalam Perspektif Ekonomi Islam: Sintesis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun

Berdasarkan hasil analisis komparatif terhadap pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun, penelitian ini menemukan bahwa kedua tokoh memiliki kesamaan dalam memandang aktivitas konsumsi sebagai bagian dari upaya mewujudkan kemaslahatan dalam ekonomi Islam. Namun demikian, keduanya memberikan penekanan yang berbeda. Al-Ghazali lebih memfokuskan pembahasannya pada pembentukan karakter dan pengendalian diri individu melalui nilai-nilai etika dan spiritual, sedangkan Ibn Khaldun menempatkan perilaku konsumsi dalam konteks kehidupan sosial, produktivitas ekonomi, dan keberlanjutan

peradaban.²⁹ Perbedaan fokus tersebut menunjukkan bahwa pemikiran kedua tokoh bersifat saling melengkapi. Berdasarkan sintesis tersebut, konsep *halal lifestyle* dalam penelitian ini direkonstruksi sebagai pola hidup yang mengintegrasikan dimensi spiritual individu dengan tanggung jawab sosial dalam aktivitas ekonomi. Hasil sintesis penelitian terhadap kedua pemikiran tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Rekonstruksi Konsep Halal Lifestyle Berdasarkan Sintesis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun

Dimensi Analisis	Al-Ghazali	Ibn Khaldun	Sintesis Penelitian
Landasan konseptual	<i>Tazkiyatun nafs</i> (penyucian jiwa)	<i>'Umran</i> (keberlangsungan peradaban)	<i>Halal lifestyle</i> dibangun atas keseimbangan antara pembinaan individu dan pembangunan masyarakat.
Mekanisme Pengendalian	<i>Qana'ah</i> dan <i>zuhud</i> sebagai pengendalian diri	Menghindari <i>tarafu'</i> sebagai pengendalian dampak	Perilaku konsumsi dikendalikan oleh kesadaran moral sekaligus mempertimbangkan

²⁹ Nurlinda, "Al-Ghazali's Views On The Economy And Development Of The Ummah," *Journal of Nusantara Economy* 2, no. 1 (2023): 25–35, <https://juna.nusantarajournal.com/index.php/numy/article/view/88>.

		sosial konsumsi	konsekuensi sosial- ekonomi.
Orientasi Konsumsi	Memenuhi kebutuhan sesuai kemaslahatan	Mendukung produktivitas dan keberlanjutan ekonomi	Konsumsi tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi individu dan masyarakat.
Tujuan Akhir	<i>Falah</i> (kesejahteraan dunia dan akhirat)	Keberlanjutan dan kekuatan peradaban	Terwujudnya kesejahteraan yang berkelanjutan melalui integrasi dimensi spiritual, ekonomi, dan sosial.

Berdasarkan Tabel 3, hasil sintesis menunjukkan bahwa pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun saling melengkapi dalam membangun konsep *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam. Al-Ghazali memberikan landasan pada dimensi internal melalui konsep *tazkiyatun nafs*, *qana'ah*, dan *zuhud* sebagai mekanisme pembentukan karakter serta pengendalian perilaku konsumsi individu. Sebaliknya, Ibn Khaldun memperluas perspektif tersebut dengan menempatkan konsumsi dalam konteks kehidupan sosial melalui konsep *'umran* dan kritik terhadap *tarafu'*, sehingga perilaku konsumsi dipahami memiliki implikasi terhadap produktivitas, stabilitas ekonomi, dan keberlanjutan peradaban.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa *halal lifestyle* tidak cukup dipahami hanya sebagai kepatuhan terhadap kehalalan produk atau layanan, tetapi juga harus mencerminkan perilaku konsumsi yang moderat, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan demikian, dimensi spiritual yang dikemukakan Al-Ghazali dan dimensi sosial-ekonomi yang dijelaskan Ibn Khaldun membentuk satu kesatuan konseptual yang saling menguatkan.

Berdasarkan sintesis tersebut, konsep *halal lifestyle* dalam penelitian ini direkonstruksi sebagai pola hidup yang mengintegrasikan pengendalian diri pada tingkat individu dengan tanggung jawab sosial pada tingkat masyarakat. Dalam konstruksi ini, *halal lifestyle* dipahami sebagai perilaku konsumsi yang memenuhi prinsip halal, didasarkan pada pengendalian diri melalui nilai *tazkiyatun nafs*, *qana'ah*, dan *zuhud*, serta mempertimbangkan dampaknya terhadap produktivitas, kesejahteraan sosial, dan keberlanjutan peradaban sebagaimana tercermin dalam konsep *'umran*. Rekonstruksi konseptual ini menjadi kontribusi teoretis penelitian dalam memperluas kajian *halal lifestyle* dari perspektif ekonomi Islam klasik sehingga tidak hanya menekankan aspek kepatuhan syariah, tetapi juga mengintegrasikan dimensi spiritual, ekonomi, dan sosial secara utuh.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *halal lifestyle* dapat dipahami secara lebih komprehensif melalui sintesis pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun. Al-Ghazali menempatkan

perilaku konsumsi sebagai bagian dari pembinaan moral individu melalui konsep *tazkiyatun nafs*, *qana'ah*, dan *zuhud*, sedangkan Ibn Khaldun memandang konsumsi sebagai aktivitas ekonomi yang memiliki implikasi terhadap produktivitas, stabilitas sosial, dan keberlanjutan peradaban melalui konsep *'umran* serta kritik terhadap *tarafu'*. Sintesis kedua pemikiran tersebut menunjukkan bahwa *halal lifestyle* tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap ketentuan halal, tetapi juga mencakup pengendalian diri dalam konsumsi serta tanggung jawab sosial dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, kedua perspektif tersebut saling melengkapi dalam memberikan landasan konseptual bagi pemahaman *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam.

Temuan tersebut melengkapi kajian-kajian sebelumnya mengenai *halal lifestyle*. Sejumlah penelitian terdahulu lebih banyak menekankan aspek perilaku konsumen, *branding* halal, pengembangan industri halal, maupun transformasi digital. Pendekatan tersebut memberikan kontribusi dalam menjelaskan perkembangan ekosistem halal pada konteks kontemporer, namun belum banyak mengaitkannya dengan pemikiran ekonomi Islam klasik. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun memberikan landasan filosofis yang dapat digunakan untuk memahami *halal lifestyle* secara lebih utuh, yaitu dengan mengintegrasikan dimensi etika individu dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas konsumsi.

Berdasarkan sintesis tersebut, konsep *halal lifestyle* dalam penelitian ini direkonstruksi sebagai pola hidup yang

mengintegrasikan dimensi spiritual individu dengan dimensi sosial dalam aktivitas ekonomi. Rekonstruksi konsep ini dibangun melalui dua dimensi utama. Dimensi pertama merupakan dimensi internal yang bersumber dari pemikiran Al-Ghazali, yaitu *tazkiyatun nafs, qana'ah*, dan zuhud, sebagai landasan pengendalian diri dalam perilaku konsumsi. Dimensi kedua merupakan dimensi eksternal yang bersumber dari pemikiran Ibn Khaldun melalui konsep *'umran* dan penghindaran terhadap *tarafu'*, yang menempatkan perilaku konsumsi dalam kaitannya dengan produktivitas ekonomi dan keberlanjutan peradaban. Integrasi kedua dimensi tersebut membentuk suatu konstruksi konseptual mengenai *halal lifestyle* yang memandang perilaku konsumsi tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip halal, tetapi juga sebagai implementasi nilai-nilai etika, keseimbangan, produktivitas, dan kemaslahatan sosial.

Secara teoretis, rekonstruksi konsep yang dihasilkan dalam penelitian ini memperluas pemahaman mengenai *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam. Jika selama ini *halal lifestyle* lebih banyak dipahami sebagai kepatuhan terhadap penggunaan produk dan layanan yang sesuai dengan ketentuan syariah, penelitian ini menunjukkan bahwa konsep tersebut juga perlu dipahami sebagai bagian dari etika ekonomi Islam yang menghubungkan dimensi spiritual individu dengan dimensi sosial dalam kehidupan ekonomi. Dengan demikian, *halal lifestyle* tidak hanya berkaitan dengan kehalalan objek konsumsi, tetapi juga mencakup orientasi, tujuan,

dan dampak perilaku konsumsi terhadap kemaslahatan individu maupun masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini merekonstruksi konsep *halal lifestyle* melalui sintesis pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun dalam perspektif ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *halal lifestyle* tidak hanya dipahami sebagai kepatuhan terhadap prinsip halal dalam penggunaan produk dan layanan, tetapi juga sebagai perilaku konsumsi yang mengintegrasikan dimensi spiritual, pengendalian diri, produktivitas, dan tanggung jawab sosial. Dalam rekonstruksi tersebut, Al-Ghazali memberikan landasan etika individu melalui konsep *tazkiyatun nafs*, *qana'ah*, dan *zuhud*, sedangkan Ibn Khaldun melengkapinya melalui konsep *'umran* dan penghindaran terhadap *tarafu'* sebagai dasar dalam menjaga produktivitas ekonomi dan keberlanjutan peradaban.

Rekonstruksi konsep tersebut memperluas pemahaman mengenai *halal lifestyle* dalam perspektif ekonomi Islam dengan menunjukkan bahwa kehalalan tidak hanya berkaitan dengan objek konsumsi, tetapi juga dengan orientasi dan etika perilaku konsumsi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif konseptual yang mengintegrasikan dimensi spiritual individu dan dimensi sosial-ekonomi sebagai landasan dalam memahami *halal lifestyle*.

Penelitian ini terbatas pada kajian kepustakaan yang berfokus pada sintesis pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Khaldun sehingga belum mengkaji implementasi konsep tersebut dalam konteks empiris. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan

kajian ini melalui pendekatan empiris untuk menguji relevansi dan implementasi rekonstruksi konsep *halal lifestyle* pada berbagai kelompok masyarakat maupun sektor ekonomi syariah.

DAFTAR EFERENSI

Al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad. *Ihya' 'Ulum Al-Din*. 4th ed. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, n.d.

Djalil, Noviendri. "Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan." *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen* 15, no. 1 (2026): 37–45.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32546/lq.v15i1.3378>.

Fahrurrozi, Muhammad. "Zuhud in Modern Sufism: Bridging Spirituality and Economic Life." *RELIGIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 284, no. 2 (2024): 268–84.
<https://doi.org/https://doi.org/10.28918/religia.v27i2.8527>.

Hadliyanto, A. Rachim, and Meilanny Budiarti Santoso. "Mainstreaming the Halal Lifestyle: Between Opportunities and Challenges of Social Protection Capacity in Global Trends." *Adbispreuner* 4, no. 2 (2021): 151–61.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33085>.

Hamdi, Baitul. "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1.
<https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.

Hidayat, Syarif, Mita Rahmawati Fauziah, and Ichwan Shafa. "Kepuasan Konsumen: Analisis Prinsip-Prinsip Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Dan Produk." *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2025): 13–28.
<https://doi.org/10.55252/annawawi.v5i1.59>.

Hoiriyah, Yuliana Ulfidatul, and Yustina Chrismardani. "Jurnal Kajian Ilmu Manajemen." *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1, no. 2 (2021): 115–20.

<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11590>.

Jailani, Novalini, and Hendri Hermawan Adinugraha. "The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia." *Journal of Economics Research and Social Sciences* 6, no. 1 (2022): 44–53. <https://doi.org/10.18196/jerss.v6i1.13617>.

Khaldun, 'Abd al-Rahman Ibn. *Al-Muqaddimah*. Beirut: Dar al-Fikr, n.d.

Kusuma, Nurul Rahmah, Yadi Janwari, Dedah Jubaedah, and Fauzan Aziz Maulana. "Actualization of Indonesian Economic and Cultural Development Reviewed from Ibn Khaldun's Thoughts." *Mimbar Agama Budaya* 41, no. 1 (2024): 95–108. <https://doi.org/10.15408/mimbar.v41i1.38872>.

Lahuri, Setiawan Bin, Euis Nurkholifah, M. Ridlo Zarkasyi, and Soritua Ahmad Ramdani Harahap. "Basic Needs as the Foundation of Consumer Behavior: An Analytical Study of Al-Ghazali's Thought." *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2024): 223. <https://doi.org/https://doi.org/10.24235/jm.v9i2.16764>.

Latifah, Siti Nur. "Perilaku Konsumen Produk Halal Dalam Kerangka Maqashid Syariah: Integrasi TPB, Life Style, Dan Health Consciousness." *Moderasi: Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2025): 629–56. <https://doi.org/10.54471/moderasi.v5i2.162>.

Lestianingsih, Eneng Nenden, Hisam Ahyani, Agus Munjirin, Mukhotib Lathif, Naeli Mutmainah, and Umi Atiqoh. "Maqā Ṣ Id Al- Sharī ' Ah Al-Shatibi in the Digital Era: Contemporary Perspectives on Halal Lifestyle and Technology in Indonesia." *Jurnal Syari'ah & Hukum* 7, no. 1 (2025): 57–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/mawarid.vol7.iss1.art4>.

Malikhatul Kamalia Halimatussa'diyah, and Anggi Wahyu Ari. "Makna Qana'ah Dan Implementasinya Di Masa Kini (Kajian Tafsir Tahlili QS. Al-Hajj, 22: 36)." *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam* 3, no. 1 (2022): 45–61.

<https://doi.org/https://doi.org/10.58401/takwiluna.v3i1.631>.

Marjuan, Muhammad Nur, and Sugiyono. "Asabiyyah Dan Umran : Fondasi Sosiologi Islam." *JBT: Jurnal Basataka* 8, no. 2 (2025): 1544–52.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36277/basataka.v8i2.1125>.

Miswanto, Agus, and Siti Fatimah. "Gaya Hidup Halal Dalam Perspektif Maqasid Syariah: Membangun Kesejahteraan Holistik." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 5, no. 2 (2025): 57–67.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30653/ijma.202552.148>.

Mursal, Muhammad Fauzi, Alan Rakhmat Putra, and Al Mahdi. "The Meaning of Consuming Halal Products According to Muslim Millennial Generation in Realizing Of Maqasid Sharia 'Maslahah.'" *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law* 10, no. 2 (2025): 2541–3910.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24256/alw.v10i2.6485>.

Muslimah, Nanda Islachul, and Vietha Devia SS. "Determinan Pola Konsumsi Dharuriyyah, Hajiyyah Dan Tahsiniyyah (Studi Kasus Pengguna Marketplace Di Kota Malang)." *Al-Muzara'ah* 11, no. 2 (2023): 133–54.
<https://doi.org/10.29244/jam.11.2.133-154>.

Nurdin, Maryam, Muslimin H. Kara, Andi Lutfi, Fauziah, and Dhita Pratiwi. *Ekonomi Islam Dan Industri Halal*. Edited by Tim Kreasi CV. AA. Rizky. Pertama. Banten: CV.AA.RIZKY, 2025.
https://www.researchgate.net/publication/396448839_EKONOMI_ISLAM_DAN_INDUSTRI_HALAL.

Nurlinda. "Al-Ghazali's Views On The Economy And Development Of The Ummah." *Journal of Nusantara Economy* 2, no. 1 (2023): 25–35.
<https://juna.nusantarajournal.com/index.php/numy/article/view/88>.

Quddus, Muhammad Fathrul. "Kritik Konsumerisme Dalam Etika

- Konsumsi Islam.” *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 43–60.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2771>.
- Reuters, Thomson. “State of the Global Islamic Economy Report 2025/26: Executive Summary.” *Dinar Standard*. New York, 2026.
- S.A. Safry Saing, Syafitri Jaida, Besty Aprilia, Salsabila Balqis, and Rauf Margana. “Pemikiran Ekonomi Pada Masa Ibnu Khaldun.” *Pajak Dan Manajemen Keuangan* 2, no. 3 (2025): 75–84.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v2i3.1262>.
- Saputra, Ega, Syukri Iska, Azifah Hidayati, Fandi Ahmad Marlion, and Ibnu Zeki. “Akar-Akar Filsafat Ekonomi Dalam Pemikiran Klasik Islam: Relevansi Al-Ghazali Dan Ibn Khaldun Bagi Ekonomi Kontemporer.” *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)* 6, no. 1 (2026): 18–29.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30739/jpsda.v6i1.4532>.
- Shabrina, Awwaliyatu, and Ibn Muttaqin. “The Influence of Fear of Missing Out, Social Media Influencers and Hedonist Lifestyles on the Consumptive Behavior of Generation Z Muslims in Kudus.” *Adilla: Journal of Sharia Economics* 9, no. 1 (2026): 51–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52166/adilla.v9i1.9616>.
- Waheda Anwari, Muhammad Yazid, and Siti Musfiqoh. “Etika Konsumsi Al-Ghazali Dan Fenomena Konsumerisme Muslim Di Era Media Sosial.” *EKSYDA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2025): 9–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51226/eksyda.v6i1.920>.