

ABSTRAK

Azzahra Tsabithania Arifiyanto, 1221030031, 2026. Konsep *Isrāf* dalam Tafsir *Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān* Karya Imam Al-Qurṭubī dan Relevansinya terhadap Budaya *E-Commerce* di Era Digital.

Perkembangan *e-commerce* telah mengubah pola konsumsi masyarakat menjadi lebih praktis dan cepat, namun juga mendorong perilaku konsumtif yang cenderung berlebihan. Kemudahan akses, promosi digital, dan pengaruh tren sosial menyebabkan konsumsi tidak lagi berorientasi pada kebutuhan, melainkan pada keinginan. Fenomena ini memiliki kesesuaian dengan konsep *isrāf* dalam Al-Qur'an, yaitu perilaku melampaui batas dalam penggunaan harta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penafsiran ayat-ayat *isrāf* dalam Tafsir *Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān* karya Imam Al-Qurṭubī serta menjelaskan relevansinya terhadap budaya konsumtif *e-commerce* di era digital. Ayat yang dikaji meliputi Q.S. An-Nisa: 6, Q.S. Al-An'am: 141, Q.S. Al-A'raf: 31, Q.S. Al-Furqan: 67, dan Q.S. Asy-Syu'ara: 151. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan tafsir tematik (*maudhu'i*).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kepustakaan (*library research*), serta analisis deskriptif terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan *isrāf* berdasarkan tafsir *Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān* karya Imam Al-Qurṭubī. Data diperoleh dari sumber primer berupa kitab tafsir Al-Qurṭubī, serta sumber sekunder berupa jurnal ilmiah, skripsi, dan literatur yang relevan dengan tema penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut Al-Qurṭubī, *isrāf* tidak hanya dimaknai sebagai perilaku berlebihan dalam konsumsi, tetapi juga mencakup penyalahgunaan harta, ketidakseimbangan dalam pengelolaan keuangan, serta perilaku sosial yang melampaui batas. Konsep tersebut relevan dengan fenomena budaya konsumtif *e-commerce*, seperti penyalahgunaan harta melalui *fitur paylater* yang relevan dengan Q.S. An-Nisa: 6, perilaku *overconsumption* dalam belanja online yang relevan dengan Q.S. Al-An'am: 141, pembelian impulsif akibat promo digital yang relevan dengan Q.S. Al-A'raf: 31, ketidakseimbangan pengelolaan keuangan yang relevan dengan Q.S. Al-Furqan: 67, serta pengaruh influencer dan tren konsumtif digital yang relevan dengan Q.S. Asy-Syu'ara: 151. Dengan demikian, konsep *isrāf* dalam tafsir Al-Qurṭubī masih relevan sebagai landasan etika konsumsi dalam menghadapi perkembangan budaya *e-commerce* di era digital.

Kata Kunci : *Isrāf*, Tafsir Al-Qurṭubī, E-Commerce, Perilaku Konsumsi