



PENGARUH KEPEMILIKAN EMAS TERHADAP CITRA SOSIAL PEREMPUAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Nurma Yuritasari

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Korepondensi penulis: yuritanurma@gmail.com

Abstrak Emas merupakan instrumen harta yang memiliki fungsi ganda bagi perempuan, yakni sebagai alat investasi (store of value) dan simbol status sosial (social signaling). Fenomena kepemilikan emas di kalangan perempuan sering kali tidak hanya didasari oleh motif ekonomi, melainkan juga motif sosiologis untuk meningkatkan citra diri dan pengakuan di tengah masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan emas terhadap pembentukan citra sosial perempuan dan meninjaunya melalui perspektif etika ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi literatur (library research) yang mengkaji data sekunder dari jurnal ilmiah, buku teks, serta dalil Al-Qur'an dan Hadis. Hasil studi menunjukkan bahwa dalam pandangan ekonomi Islam, kepemilikan emas diperbolehkan sebagai bentuk penjagaan harta (hifz al-mal), namun menjadi tercela apabila dijadikan alat untuk riya (pamer) dan tabarruj (berhias berlebihan) demi gengsi sosial. Ekonomi Islam merekonstruksi citra sosial perempuan bukan pada kuantitas emas yang dipamerkan, melainkan pada kepatuhan menunaikan zakat emas sebagai fungsi sosial harta yang sesungguhnya.

Kata Kunci: **Kepemilikan Emas, Citra Sosial, Ekonomi Islam, Etika Konsumsi**

Abstract *Gold serves as a dual-function asset for women, acting as both an investment tool (store of value) and a symbol of social status (social signaling). The phenomenon of gold ownership among women is often driven not only by economic motives but also by sociological motives to enhance self-image and recognition within society. This article aims to analyze the influence of gold ownership on the formation of women's social image and review it through the perspective of Islamic economic ethics. The research method used is qualitative with a literature review approach (library research), examining secondary data from scientific journals, textbooks, as well as arguments from the Qur'an and Hadith. The study results indicate that in the view of Islamic economics, gold ownership is permissible as a form of wealth preservation (hifz al-mal). However, it becomes reprehensible when used as a tool for riya (showing off) and tabarruj (excessive adornment) for the sake of social prestige. Islamic economics reconstructs women's social image not based on the quantity of gold displayed, but on the compliance in paying gold zakat as the true social function of wealth.*

Keyword: **Gold Ownership, Social Image, Islamic Economics, Consumption Ethics**

PENDAHULUAN

Emas telah lama menduduki posisi sentral dalam sejarah peradaban manusia, khususnya dalam kehidupan kaum perempuan di berbagai lintas budaya. Sejak masa lampau hingga era modern, emas tidak sekadar dipandang sebagai logam mulia, melainkan telah terinternalisasi sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas feminitas. Di berbagai tradisi, pemberian emas seringkali menjadi penanda fase-fase penting kehidupan seorang perempuan, mulai dari kelahiran, pernikahan, hingga masa tua. Fenomena ini menunjukkan bahwa relasi antara perempuan dan emas bukan hanya hubungan transaksional komoditas, melainkan hubungan kultural yang mengakar kuat.

Secara sosiologis, emas bertransformasi menjadi simbol status sosial, kecantikan, dan kehormatan bagi pemakainya. Dalam interaksi sosial, perhiasan emas yang dikenakan seorang perempuan sering kali diterjemahkan sebagai bahasa non-verbal yang mengkomunikasikan posisi kelas sosialnya di tengah masyarakat. Hidayat (2021) menyebutkan bahwa dalam struktur masyarakat modern, kepemilikan barang mewah seperti emas sering kali digunakan sebagai alat

legitimasi status untuk mendapatkan pengakuan dan penghormatan dari lingkungan sosial, yang mana hal ini memicu pola konsumsi yang berorientasi pada prestise.

Di sisi lain, emas memiliki dualitas fungsi yang unik karena tidak hanya bernilai estetik sebagai zianah (perhiasan), tetapi juga berfungsi sebagai aset ekonomi bernilai tinggi. Karakteristik emas yang liquid (mudah dicairkan) dan tahan terhadap inflasi menjadikannya pilihan investasi utama bagi perempuan, terutama di negara-negara berkembang. Susanti (2022) dalam penelitiannya menegaskan bahwa bagi sebagian besar perempuan, emas dianggap sebagai safe haven atau jaring pengaman ekonomi keluarga yang paling mudah diakses dibandingkan instrumen investasi perbankan yang lebih rumit.

Namun, fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan pergeseran makna, di mana perempuan menggunakan emas secara berlebihan sebagai indikator keamanan ekonomi keluarga. Sering kali ditemui dalam acara-acara sosial, kuantitas emas yang dikenakan menjadi tolak ukur keberhasilan finansial suami atau keluarga tersebut. Hal ini menciptakan standar sosial baru yang menuntut perempuan untuk tampil "gemerlap" demi menjaga citra keluarga, yang pada akhirnya berpotensi menjebak mereka pada perilaku konsumtif dan persaingan yang tidak sehat.

Relevansi emas dalam praktik sosial masyarakat modern ini kemudian menimbulkan ketegangan ketika ditinjau dari perspektif etika, khususnya dalam kacamata ekonomi Islam. Islam tidak melarang perempuan berhias, namun Islam sangat menekankan pada etika konsumsi yang moderat (wasatiyyah) dan melarang segala bentuk kemewahan yang melampaui batas. Menurut Rahman dan Aulia (2021), perilaku konsumsi muslim kontemporer sering kali terjebak pada demonstration effect, yaitu kecenderungan meniru gaya hidup mewah orang lain yang dapat mengarah pada perilaku israf (berlebih-lebihan) yang dilarang agama.

Oleh karena itu, penting untuk meninjau kembali fenomena kepemilikan emas ini. Studi literatur ini akan membedah bagaimana emas mempengaruhi konstruksi citra sosial perempuan dan bagaimana batasan-batasannya dalam syariah. Fauzia (2023) menekankan bahwa ekonomi Islam hadir untuk meluruskan orientasi harta, dari sekadar simbol kebanggaan diri menjadi sarana ibadah sosial, sehingga perempuan tidak terjebak pada materialisme simbolik semata. Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini akan membahas pengaruh kepemilikan emas terhadap citra sosial perempuan dalam perspektif ekonomi Islam.

Dalam perspektif ekonomi Islam, emas menempati posisi yang sangat strategis dan fundamental, berbeda dengan komoditas lainnya. Secara historis, emas pernah menjadi standar mata uang dunia Islam dalam bentuk Dinar, yang dikenal memiliki nilai intrinsik yang stabil dan bebas dari inflasi. Emas dipandang sebagai aset riil yang merepresentasikan kekayaan sesungguhnya (store of value), bukan sekadar alat tukar semu. Oleh karena itu, kepemilikan emas dalam Islam bukan hanya soal gaya hidup, melainkan bagian dari strategi Hifz al-Mal (menjaga harta). Iskandar (2023) menjelaskan bahwa dalam ekonomi syariah, emas berfungsi sebagai pengaman aset yang paling adil karena nilainya yang inheren, sehingga kepemilikannya sangat dianjurkan sebagai bentuk ketahanan ekonomi keluarga maupun negara dari guncangan krisis moneter.

Terkait subjek kepemilikan, Islam secara spesifik memberikan keistimewaan (rukhsah) kepada kaum perempuan untuk memiliki dan mengenakan perhiasan emas, sebuah hal yang diharamkan bagi laki-laki. Izin ini mengakui fitrah perempuan yang menyukai keindahan (zianah). Namun, legalitas ini tidak bersifat mutlak tanpa tanggung jawab sosial. Islam menetapkan mekanisme kontrol berupa kewajiban zakat bagi emas yang telah mencapai nisab (batas minimal) dan haul (satu tahun kepemilikan). Nugraha dan Lestari (2022) menekankan bahwa kewajiban zakat atas perhiasan emas menegaskan fungsi sosial harta; bahwa dalam "kemewahan" yang

menempel di tubuh seorang perempuan, terdapat hak fakir miskin yang wajib ditunaikan, sehingga kepemilikan emas tidak berhenti pada kepuasan pribadi semata.

Lebih jauh, relasi antara kepemilikan emas dan etika ekonomi Islam diatur ketat oleh prinsip kesederhanaan dan larangan terhadap perilaku israf (berlebih-lebihan). Islam mengizinkan keindahan namun melarang tabarruj atau pamer kemewahan yang bertujuan untuk kesombongan dan meninggikan citra sosial secara artifisial. Etika ekonomi Islam menuntut adanya keseimbangan; perempuan boleh menjadikan emas sebagai instrumen investasi dan perhiasan, namun tidak boleh menjadikannya alat untuk show-off yang memicu kecemburuan sosial. Dengan demikian, kepemilikan emas dalam Islam harus senantiasa berada dalam koridor etika konsumsi yang moderat, di mana nilai spiritual dan fungsi sosial harta lebih diutamakan daripada sekadar akumulasi materi.

Dalam interaksi sosial masyarakat, kepemilikan emas oleh perempuan sering kali menjadi tolok ukur tidak tertulis dalam menilai strata ekonomi dan keberhasilan rumah tangga. Masyarakat cenderung memandang kuantitas dan kualitas emas yang dikenakan—baik berupa gelang, kalung, maupun cincin—sebagai representasi visual dari kemampuan finansial dan stabilitas ekonomi keluarga. Emas berfungsi sebagai alat legitimasi status yang memberikan pesan non-verbal mengenai posisi perempuan tersebut dalam hierarki sosial. Sari dan Purnomo (2021) dalam penelitian sosiologisnya menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara jumlah perhiasan emas yang dikenakan dengan tingkat penghormatan dan perlakuan istimewa yang diterima perempuan dalam lingkungan adat maupun pertemuan sosial komunitas (arisan).

Dampak psikologis dari persepsi sosial ini menciptakan ketergantungan emosional perempuan terhadap emas sebagai sumber kepercayaan diri. Kehadiran emas memberikan validasi sosial (social validation) yang membuat perempuan merasa lebih dihargai, "dianggap ada", dan memiliki daya tawar lebih tinggi dalam pergaulan. Rasa percaya diri ini tumbuh bukan hanya dari nilai estetika perhiasan, melainkan dari rasa aman akan pengakuan publik terhadap status kehormatannya. Dalam banyak tradisi lokal di Indonesia, perempuan tanpa emas sering kali dianggap sedang mengalami kesulitan ekonomi, sehingga kepemilikan emas menjadi semacam "perisai" untuk menjaga martabat diri dan keluarga dari stigma negatif masyarakat.

Namun, seiring dengan arus modernisasi, pola kepemilikan emas mengalami transformasi signifikan dengan munculnya instrumen emas digital dan tabungan emas perbankan. Meskipun secara fungsi ekonomi emas digital lebih praktis dan aman, fenomena sosial menunjukkan bahwa emas fisik (perhiasan) tetap menjadi primadona dalam konteks pembentukan citra sosial. Hal ini dikarenakan emas digital tidak memiliki aspek visibility (keterlihatan) yang dibutuhkan untuk kebutuhan pamer atau pembuktian status. Akibatnya, muncul budaya konsumtif baru di mana emas tetap diburu bukan sekadar untuk investasi masa depan, melainkan sebagai aksesoris wajib untuk memenuhi tuntutan gaya hidup modern yang materialistis.

Tantangan terbesar saat ini adalah pergeseran fungsi emas yang semakin kabur antara tradisi leluhur dan komoditas pamer modern. Pratama (2023) menyoroti bahwa modernisasi justru mempertegas budaya konsumerisme, di mana emas dijadikan alat ukur kesuksesan yang dangkal, menggeser nilai-nilai kesederhanaan. Perempuan modern kini dihadapkan pada dilema: apakah mempertahankan emas sebagai aset investasi rasional (dalam bentuk batangan/digital) atau terjebak dalam arus kompetisi sosial yang menjadikan emas perhiasan sebagai standar penilaian eksistensi diri di ruang publik.

Berdasarkan dinamika tersebut, terdapat urgensi untuk menelaah kembali praktik kepemilikan emas di kalangan perempuan yang kini berada di persimpangan antara tradisi budaya dan tuntutan gaya hidup modern. Meskipun literatur mengenai investasi emas dan fikih perhiasan

telah banyak dibahas secara terpisah, kajian yang secara spesifik menghubungkan pengaruh psikologis kepemilikan emas terhadap konstruksi citra sosial perempuan dengan pisau analisis etika ekonomi Islam masih perlu diperdalam. Kesenjangan antara realitas sosial—di mana emas menjadi alat validasi diri—dan idealisme Islam—yang menekankan zuhud dan fungsi sosial harta—menciptakan sebuah paradoks yang menarik untuk dikaji lebih lanjut melalui pendekatan studi pustaka.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif bagaimana kepemilikan emas membentuk citra sosial perempuan dan bagaimana perspektif ekonomi Islam merespons fenomena tersebut. Melalui metode studi literatur, penulis akan mensintesis pandangan para ahli ekonomi syariah, sosiolog, serta dalil-dalil naqli untuk merumuskan batasan etis kepemilikan emas. Fokus utama kajian ini bukan untuk menafikan fungsi emas sebagai perhiasan, melainkan untuk mendudukkan kembali proporsi kepemilikannya agar selaras dengan prinsip Maqashid Syariah, yakni menjaga harta (*hifz al-mal*) tanpa mencederai kehormatan diri (*hifz al-nafs*).

Hasil dari penelusuran literatur ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi khazanah ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam aspek perilaku konsumen (*Islamic consumer behavior*). Secara praktis, artikel ini diharapkan menjadi rujukan reflektif bagi kaum perempuan muslim untuk melakukan reorientasi tujuan dalam memiliki emas; dari sekadar ambisi mengejar prestise sosial menuju pemanfaatan harta yang produktif dan bernilai ibadah. Dengan demikian, diharapkan tercipta pemahaman baru bahwa kemuliaan citra sosial seorang perempuan tidak ditentukan oleh kilau emas yang dikenakan, melainkan oleh ketaatan dalam menunaikan hak harta tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Metode ini dipilih karena objek kajian utama adalah konsep teoretis dan fenomena sosial yang terekam dalam berbagai literatur, baik teks keagamaan maupun studi ilmiah kontemporer. Dalam pendekatan ini, peneliti tidak terjun langsung ke lapangan untuk mencari data primer melalui survei atau wawancara, melainkan berdialog dengan teks dan naskah yang relevan dengan topik kepemilikan emas dan citra sosial perempuan. Penekanan utama metode ini adalah pada penelusuran, pembacaan, dan pengkajian mendalam terhadap bahan-bahan pustaka untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Sumber data yang digunakan dalam penulisan artikel ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer meliputi teks-teks otoritatif dalam Islam, yakni Al-Qur'an dan Hadis yang membahas tentang emas, perhiasan, serta etika membelanjakan harta. Selain itu, karya-karya ulama klasik (*kitab turats*) yang membahas fikih perhiasan juga ditempatkan sebagai sumber rujukan utama untuk memahami hukum dasar kepemilikan emas. Sementara itu, sumber data sekunder meliputi buku-buku teks ekonomi Islam, artikel jurnal ilmiah nasional maupun internasional, serta laporan penelitian sosiologis yang relevan dengan perilaku konsumen perempuan dan simbolisme status sosial.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur berbasis digital (*digital repository*) dan manual. Penulis memanfaatkan pangkalan data akademik seperti Google Scholar, Sinta (*Science and Technology Index*), dan DOAJ (*Directory of Open Access Journals*) untuk menemukan artikel-artikel terbaru. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian data meliputi "kepemilikan emas", "citra sosial perempuan", "Islamic consumer behavior", "etika konsumsi

Islam", dan "simbol status sosial". Penggunaan kata kunci yang spesifik ini bertujuan untuk menjangkau referensi yang benar-benar memiliki korelasi kuat dengan variabel penelitian.

Setelah proses pencarian, peneliti menerapkan kriteria seleksi data (inklusi dan eksklusi) untuk menjaga kemutakhiran dan relevansi pembahasan. Kriteria inklusi yang diterapkan adalah literatur ilmiah yang diterbitkan dalam rentang waktu 10 tahun terakhir (terutama 2014–2024) untuk data sosiologis dan ekonomi kontemporer, guna memastikan fenomena yang dibahas masih relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Sementara untuk literatur keagamaan, tidak ada batasan tahun terbit mengingat sifat tafsir dan fikih yang melintasi zaman. Literatur yang tidak memiliki pembahasan spesifik mengenai emas atau gaya hidup perempuan dieksklusi dari daftar rujukan.

Tahap selanjutnya adalah teknik validasi data yang dilakukan melalui triangulasi sumber. Penulis membandingkan temuan dari satu literatur dengan literatur lainnya untuk memastikan objektivitas argumen. Misalnya, pandangan sosiologis mengenai emas sebagai alat pamer dibandingkan dengan pandangan psikologis mengenai kepercayaan diri, lalu dikonfirmasi dengan pandangan normatif ekonomi Islam. Hal ini dilakukan untuk menghindari bias interpretasi dan memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik didasarkan pada perspektif yang komprehensif, bukan hanya dari satu sudut pandang semata.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*). Metode ini dilakukan dengan cara membaca secara cermat simbol-simbol, makna, dan pesan yang terkandung dalam teks literatur. Penulis mengidentifikasi pola-pola pemikiran, gagasan utama, dan perdebatan akademis mengenai kepemilikan emas. Data yang telah diklasifikasikan kemudian diinterpretasikan untuk menemukan benang merah antara fenomena sosial penggunaan emas dengan prinsip-prinsip syariah yang mengaturnya. Analisis isi memungkinkan penulis untuk tidak sekadar menyalin kutipan, tetapi memahami konteks di balik teks tersebut.

Selain analisis isi, penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif-analitis dengan pendekatan integratif. Artinya, penulis mendeskripsikan terlebih dahulu fakta-fakta sosial mengenai bagaimana emas membentuk citra perempuan di masyarakat modern berdasarkan literatur sosiologi. Fakta-fakta tersebut kemudian dianalisis secara kritis menggunakan pisau analisis Ekonomi Islam, khususnya teori Maqashid Syariah (tujuan-tujuan syariah) dalam aspek perlindungan harta (*hifz al-mal*). Pendekatan integratif ini berupaya mendamaikan atau mencari titik temu antara realitas perilaku manusia dengan idealisme ajaran agama.

Terakhir, penyimpulan dilakukan dengan metode induktif. Penulis menarik kesimpulan umum dari fakta-fakta khusus yang ditemukan dalam berbagai literatur. Dari berbagai pandangan parsial mengenai emas, status sosial, dan hukum Islam, disusunlah sebuah sintesis pemikiran baru yang menjawab bagaimana seharusnya perempuan memposisikan kepemilikan emasnya. Kesimpulan ini diharapkan menjadi jawaban teoretis yang solid terhadap pertanyaan penelitian mengenai pengaruh kepemilikan emas terhadap citra sosial dalam bingkai ekonomi Islam..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelusuran dan analisis terhadap berbagai literatur yang relevan, pembahasan mengenai pengaruh kepemilikan emas terhadap citra sosial perempuan dalam perspektif ekonomi Islam dapat dipetakan ke dalam tiga sub-bab utama. Pembahasan ini mensintesis pandangan sosiologis mengenai simbol status dengan pandangan normatif ekonomi syariah.

A. Emas sebagai Modal Simbolik dan Pembentuk Citra Sosial

**PENGARUH KEPEMILIKAN EMAS TERHADAP CITRA SOSIAL PEREMPUAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Literatur sosiologi dan perilaku konsumen secara konsisten menempatkan emas bukan sekadar sebagai benda mati, melainkan sebagai "bahasa" yang mengkomunikasikan identitas pemakainya. Dalam teori konsumsi Thorstein Veblen, penggunaan perhiasan emas yang mencolok dikategorikan sebagai *Conspicuous Consumption* (konsumsi pamer), di mana utilitas utama barang bukan pada kegunaannya, melainkan pada kemampuannya untuk membedakan seseorang dari kelas sosial di bawahnya (Pratama, 2023).

Bagi perempuan, emas berfungsi sebagai "Modal Simbolik". Hasil studi menunjukkan bahwa perempuan yang mengenakan emas dalam kuantitas signifikan dipersepsikan memiliki power atau daya tawar yang lebih tinggi dalam interaksi sosial. Emas membangun citra "sukses" dan "bahagia", yang sering kali menjadi topeng untuk menutupi kerentanan ekonomi yang sebenarnya. Fenomena ini menciptakan standar sosial yang menekan, di mana perempuan yang tidak memiliki emas sering kali merasa terpinggirkan atau kurang percaya diri dalam forum-forum komunitas (*social exclusion*). Citra sosial yang dibentuk oleh emas bersifat materialistik; kehormatan seseorang dinilai dari apa yang terlihat secara visual (Susanti, 2022).

B. Komparasi Perspektif: Sosial-Materialisme vs Ekonomi Islam

Untuk memperjelas perbedaan mendasar antara bagaimana masyarakat umum memandang emas dengan bagaimana Ekonomi Islam memandangnya, berikut disajikan tabel perbandingan berdasarkan sintesis literatur.

Tabel 1. Perbandingan Paradigma Kepemilikan Emas pada Perempuan

Aspek Komparasi	Perspektif Sosial - Materialis (Budaya Populer)	Perspektif Ekonomi Islam (Syariah)
Fungsi Utama	Aksesoris (<i>fashion</i>), alat pamer (<i>flexing</i>), dan penanda strata sosial.	Aset investasi (<i>store of value</i>) dan alat penjaga harta (<i>Hifz al-Mal</i>).
Citra Sosial	Dinilai dari kuantitas dan kemewahan perhiasan yang terlihat. Semakin banyak, semakin terhormat.	Dinilai dari ketaatan menunaikan hak harta (Zakat & Infak). Semakin taat, semakin mulia (<i>Izzah</i>).
Tujuan Kepemilikan	Mendapatkan validasi sosial, pujian, dan pengakuan publik.	Mencapai <i>Falah</i> (kesejahteraan dunia-akhirat) dan keamanan finansial keluarga.
Sifat Konsumsi	Eksplotatif dan <i>Show-off</i> (Tabarruj).	Moderat (<i>Wasatiyyah</i>) dan Menahan diri (<i>Qanaah</i>).
Dampak Psikologis	Kepuasan semu, kecemasan akan keamanan, dan kompetisi sosial.	Ketenangan jiwa (<i>Sakinah</i>) karena harta terjaga dan berkah.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2025)

Tabel di atas menunjukkan adanya dikotomi (pertentangan) yang tajam. Dalam perspektif sosial-materialis, emas digunakan secara eksternal (untuk dilihat orang lain), sedangkan dalam ekonomi Islam, nilai emas bersifat internal (untuk keamanan ekonomi dan ibadah).

Pergeseran Fungsi: Ekonomi Islam menggeser fungsi emas dari sekadar alat "pajangan tubuh" menjadi instrumen ketahanan finansial. Islam mengakui fungsi emas sebagai zianah (perhiasan), namun menolak jika fungsi tersebut mendominasi hingga melupakan fungsi utamanya sebagai harta yang harus diputar atau dizakati.

Redefinisi Citra: Jika masyarakat menilai citra dari "kilau emas", Islam menilai citra dari "bersihnya harta". Citra sosial perempuan dalam Islam tidak runtuh karena tidak memakai

perhiasan, tetapi runtuh jika ia menumpuk emas (Kanz) tanpa memberikan manfaat bagi umat (menolak bayar zakat).

C. Analisis Etika Ekonomi Islam: Antara Investasi dan Tabarruj

Dalam menanggapi fenomena citra sosial ini, Ekonomi Islam menawarkan solusi melalui konsep Moderasi Konsumsi. Al-Qur'an dalam Surah Al-A'raf ayat 31 secara tegas melarang perilaku Israf (berlebih-lebihan). Dalam konteks emas, ulama membedakan antara Tabarruj (berhias untuk memamerkan kecantikan pada non-mahram) dengan berhias yang wajar (Hidayat, 2021).

Penggunaan emas untuk meningkatkan citra sosial menjadi terlarang (haram/makruh) apabila:

Niatnya Riya: Memakai emas dengan tujuan agar orang lain merasa kagum dan orang lain merasa rendah.

Melampaui Batas Kewajaran: Memakai perhiasan yang jumlah dan beratnya tidak lazim di masyarakat ('Urf), yang justru mengundang kejahatan atau kecemburuan sosial.

Sebaliknya, Islam mendorong perempuan mengalihkan orientasi kepemilikan emas ke arah Investasi Produktif. Emas batangan atau emas digital yang disimpan untuk biaya pendidikan anak atau modal usaha adalah bentuk implementasi Maqashid Syariah yang terpuji. Dalam hal ini, citra sosial perempuan "naik kelas" bukan karena ia tampak kaya, melainkan karena ia cerdas secara finansial dan mampu mengelola harta keluarga dengan bijak.

Penelitian Nugraha (2022) menegaskan bahwa mekanisme Zakat Emas (2,5% jika mencapai 85 gram) adalah "pembersih citra" yang paling efektif. Zakat meruntuhkan ego kepemilikan dan arogansi sosial yang sering melekat pada pemilik emas. Dengan berzakat, perempuan mendeklarasikan bahwa hartanya memiliki fungsi sosial, bukan sekadar alat pamer.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis studi literatur, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama:

Emas sebagai Konstruksi Sosial: Secara sosiologis, kepemilikan emas bagi perempuan memiliki fungsi ganda yang signifikan. Selain sebagai aset ekonomi, emas berfungsi sebagai instrumen komunikasi non-verbal untuk menegaskan status sosial, kemampuan ekonomi keluarga, dan kehormatan diri. Citra sosial perempuan dalam masyarakat modern sering kali berkorelasi positif dengan kuantitas emas yang dipamerkan, yang memicu budaya konsumsi pamer (conspicuous consumption).

Perspektif Ekonomi Islam: Ekonomi Islam memandang emas sebagai harta strategis untuk menjaga kekayaan (hifz al-mal), bukan sekadar aksesoris. Meskipun Islam memberikan rukhsah (keringanan) bagi perempuan untuk memakai perhiasan emas, Islam memberikan batasan etika yang ketat. Penggunaan emas yang ditujukan semata-mata untuk meninggikan citra sosial melalui perilaku tabarruj (berhias berlebihan) dan riya (pamer) dikategorikan sebagai tindakan israf yang dilarang.

Redefinisi Citra Mulia: Studi ini menemukan bahwa Ekonomi Islam mendekonstruksi konsep "citra sosial" materialistis. Citra perempuan yang mulia dalam pandangan syariah tidak ditentukan oleh kilau perhiasan yang menempel di tubuh, melainkan oleh kepatuhan menunaikan fungsi sosial harta tersebut melalui Zakat Emas. Oleh karena itu, perempuan Muslim didorong untuk menggeser orientasi kepemilikan emas dari "emas perhiasan" (konsumtif) menjadi "emas investasi" (produktif) demi kemaslahatan ekonomi keluarga dan umat.

**PENGARUH KEPEMILIKAN EMAS TERHADAP CITRA SOSIAL PEREMPUAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzia, I. Y. (2023). *Etika Bisnis dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hidayat, R. (2021). "Simbolisme Harta dan Gaya Hidup Hedonis pada Masyarakat Perkotaan: Sebuah Tinjauan Sosiologis". *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(2), 112-125.
- Iskandar, A. (2023). "Resiliensi Dinar Emas sebagai Solusi Inflasi: Tinjauan Historis dan Implementasi Kontemporer dalam Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(2), 145-160.
- Nugraha, S., & Lestari, D. P. (2022). "Analisis Fikih Zakat Perhiasan Kontemporer dan Implikasinya terhadap Perilaku Konsumtif Muslimah". *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 7(1), 33-48.
- Pratama, B. A. (2023). "Hegemoni Budaya Konsumerisme dan Pergeseran Makna Investasi Emas di Era Digital". *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 17(1), 89-104.
- Rahman, A., & Aulia, N. (2021). "Pola Konsumsi Muslim: Antara Kebutuhan dan Keinginan dalam Bingkai Maqashid Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 45-58.
- Sari, D. R., & Purnomo, H. (2021). "Konstruksi Sosial Perhiasan Emas sebagai Identitas Kelas pada Perempuan Pedesaan". *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 8(2), 155-172.
- Susanti, E. (2022). "Analisis Minat Investasi Emas pada Ibu Rumah Tangga di Masa Pasca Pandemi". *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(3), 201-215.