

Al-Abqori

Journal of Islamic Thought Studies

Research Article

Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam

Ana Fitrotun Nisa¹, Achmad Budi Susetyo²

1. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 230721100051@student.trunojoyo.ac.id
2. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; achmad.susetyo@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by **Al-Abqori: Journal of Islamic Thought Studies**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : January 19, 2026
Accepted : March 15, 2026

Revised : February 13, 2026
Available online : April 08, 2026

How to Cite: Ana Fitrotun Nisa', & Achmad Budi Susetyo. (2026). Analysis of Muslim Students' Consumption Behavior Based on an Islamic Economic Perspective. *Al-Abqori: Journal of Islamic Thought Studies*, 2(1), 12-25. <https://doi.org/10.61166/abqori.v2i1.16>

Analysis of Muslim Students' Consumption Behavior Based on an Islamic Economic Perspective

Abstract. This study aims to analyze the consumption behavior of Muslim university students from the perspective of Islamic economics, with a focus on how core sharia principles such as *halal* consumption, balance (*wasathiyah*), and the avoidance of extravagance (*israf*) are implemented in their daily lives. In today's academic environment, student consumption patterns have shifted from being needs-based to being heavily influenced by lifestyle trends and external pressures, including social media and peer expectations. This shift presents a significant challenge in aligning real-life consumption practices with Islamic ethical values. Using a qualitative approach, this research collects data through in-depth interviews with Muslim students from diverse economic backgrounds. The analysis explores how students perceive and interpret Islamic economic principles and how these values influence (or fail to influence) their consumption decisions. The findings reveal that although many students possess a basic understanding of Islamic consumption ethics, their actual behavior is

still shaped by consumerist culture, limited sharia economic literacy, and socio-economic pressures. Self-control and financial awareness are often compromised, especially in the face of modern-day temptations and inadequate institutional guidance. Therefore, the study recommends strengthening Islamic economic education in a more practical and contextual manner within university settings. Such education should not only enhance theoretical understanding but also encourage ethical and responsible decision-making in financial and consumption matters. By integrating Islamic values into everyday economic choices, students can become not only academically capable but also morally grounded individuals in navigating the challenges of modern consumer culture.

Keywords: Consumption Behavior, Muslim Students, Islamic Economics

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa Muslim berdasarkan perspektif ekonomi Islam, dengan menyoroti bagaimana prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan, keseimbangan (wasathiyah), dan penghindaran terhadap israf (pemborosan) diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Fenomena konsumsi di kalangan mahasiswa saat ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi, dari konsumsi yang berbasis kebutuhan menjadi konsumsi yang didorong oleh gaya hidup dan pengaruh eksternal seperti media sosial. Hal ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik konsumsi yang ideal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap mahasiswa Muslim dari berbagai latar belakang ekonomi. Analisis dilakukan untuk memahami pengalaman konsumsi mereka, bagaimana mereka memaknai prinsip-prinsip ekonomi Islam, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan dasar tentang konsep konsumsi Islami, dalam praktiknya mereka masih cenderung terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai Islam. Faktor seperti minimnya literasi ekonomi syariah, tekanan lingkungan sosial, serta lemahnya kontrol diri menjadi penyebab utama. Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan pendidikan ekonomi Islam secara aplikatif di lingkungan kampus. Pendidikan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman normatif mahasiswa terhadap nilai-nilai Islam dalam konsumsi, tetapi juga membentuk karakter yang bijak dan bertanggung jawab dalam menghadapi tantangan konsumsi di era modern.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Mahasiswa Muslim, Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Kajian mengenai perilaku konsumsi mahasiswa Muslim dalam sudut pandang ekonomi Islam menjadi isu yang tidak hanya menarik secara akademis, tetapi juga signifikan secara praktis, khususnya dalam era globalisasi dan dominasi digital saat ini. Arus informasi yang begitu cepat, berkembangnya budaya konsumtif melalui platform daring, serta tren gaya hidup instan membuat fenomena ini layak untuk diteliti secara mendalam. Mahasiswa, sebagai representasi kaum intelektual muda dan calon pemimpin masa depan, berada dalam fase penting menuju kemandirian ekonomi serta pembentukan pola konsumsi yang akan mereka bawa hingga dewasa. Oleh karena itu, menelaah bagaimana mahasiswa Muslim membuat keputusan dalam mengelola konsumsi sangat penting untuk mengukur sejauh mana prinsip-prinsip Islam diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam Islam, konsumsi bukan hanya kegiatan ekonomi yang bersifat material, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual. Islam mengajarkan keseimbangan dalam kehidupan, termasuk dalam membelanjakan harta. Prinsip

wasathiyah atau sikap moderat adalah pedoman utama dalam konsumsi yang seharusnya dihindarkan dari sikap berlebihan atau pemborosan. Allah SWT telah memperingatkan dalam Al-Qur'an: "Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan" (QS. Al-A'raf: 31). Ayat tersebut menjadi dasar penting bahwa kegiatan konsumsi dalam Islam harus dilandasi oleh pertimbangan etis, bukan semata-mata dorongan keinginan atau mode. Berbeda dengan pendekatan ekonomi konvensional yang berfokus pada pencapaian kepuasan pribadi dan rasionalitas individu, pendekatan Islam mengaitkan konsumsi dengan nilai *tauhid*, keberkahan, dan tanggung jawab sosial (Agustin, 2021).

Dalam kerangka ekonomi Islam, kebutuhan manusia dikategorikan secara hierarkis menjadi tiga lapis, yaitu *daruriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat*. *Daruriyyat* adalah kebutuhan esensial seperti pangan, sandang, dan kesehatan yang jika tidak terpenuhi dapat mengganggu keberlangsungan hidup. *Hajiyyat* merupakan kebutuhan yang membantu meringankan kehidupan, seperti transportasi dan pendidikan. Sementara itu, *tahsiniyat* berkaitan dengan kebutuhan tambahan yang memperindah atau meningkatkan kenyamanan, misalnya hiburan atau aksesori penunjang gaya hidup (Waluya *et al.*, 2022). Klasifikasi ini menekankan pentingnya proporsionalitas dan prioritas dalam pengeluaran, sehingga konsumen Muslim tidak terjebak pada sikap konsumtif yang berlebihan.

Meski demikian, kenyataan di lapangan kerap menunjukkan bahwa mahasiswa Muslim masih menghadapi tantangan besar dalam mewujudkan nilai-nilai konsumsi Islami secara utuh. Tekanan gaya hidup modern, dominasi media sosial, serta budaya konsumsi instan sering kali menyebabkan mereka lebih reaktif dalam mengambil keputusan konsumsi. Studi yang dilakukan oleh (Efendi *et al.*, 2023) menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pengetahuan mahasiswa mengenai prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam dan praktik nyata yang mereka lakukan. Banyak di antara mereka mengalokasikan dana untuk kebutuhan tersier atau mengikuti tren konsumerisme yang tidak sejalan dengan prinsip syariah. Hal ini menandakan bahwa pemahaman normatif terhadap ajaran agama belum sepenuhnya membentuk pola konsumsi secara konsisten.

Situasi ekonomi mahasiswa yang terbatas turut menjadi aspek yang memengaruhi sikap konsumsi mereka. Sebagian besar mahasiswa masih mengandalkan dukungan keuangan dari orang tua atau beasiswa, sehingga mereka cenderung lebih selektif dan pragmatis dalam menentukan prioritas kebutuhan. Keterbatasan ini acapkali menyebabkan munculnya dilema antara berpegang pada nilai keislaman atau memilih alternatif yang lebih ekonomis namun belum tentu sesuai dengan prinsip halal-thayyib. Di samping itu, belum meratanya pemahaman mahasiswa tentang konsep halal, etika berbelanja, serta pengelolaan keuangan Islami juga menjadi faktor penghambat internal dalam membangun perilaku konsumsi yang ideal secara syariah.

Selain pengaruh eksternal seperti lingkungan sosial dan budaya populer, aspek internal seperti kesadaran religius, kontrol diri, dan integritas moral turut berperan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa Muslim. Mahasiswa yang memiliki

pemahaman dan pengalaman spiritual yang kuat akan cenderung lebih berhati-hati dalam memilih produk, memeriksa kehalalan barang, dan menghindari sikap boros, meskipun berada dalam kondisi ekonomi yang mapan. Sebaliknya, mahasiswa yang memahami Islam hanya secara teoritis, namun tidak menginternalisasi nilai-nilai tersebut dalam kesehariannya, cenderung terombang-ambing oleh pengaruh gaya hidup konsumtif modern.

Melihat fenomena ini, menjadi penting untuk menggali lebih dalam bagaimana sebenarnya perilaku konsumsi mahasiswa Muslim terbentuk. Kajian ini dapat membuka ruang untuk memahami lebih detail bagaimana nilai-nilai Islam dijadikan landasan oleh mahasiswa dalam mengambil keputusan konsumsi. Tidak hanya itu, penelitian ini juga akan menyoroiti berbagai faktor yang mendorong atau menghambat penerapan prinsip ekonomi Islam dalam kehidupan mahasiswa sehari-hari, baik dari aspek keilmuan, ekonomi, budaya, maupun psikologis.

Dengan semakin maraknya tantangan konsumsi di era digital dan modern ini, mahasiswa Muslim diharapkan mampu menunjukkan kecakapan dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan ajaran Islam. Literasi ekonomi Islam menjadi salah satu instrumen penting untuk membekali mahasiswa agar dapat berperilaku konsumtif secara bijak, etis, dan penuh tanggung jawab. Konsumsi tidak lagi dimaknai sebagai aktivitas memenuhi keinginan, melainkan sebagai bentuk ibadah dan pengelolaan amanah harta yang diberikan oleh Allah SWT.

Melalui penelitian ini, diharapkan akan muncul rekomendasi yang tidak hanya memperkaya wacana akademik, tetapi juga berguna secara praktis bagi dunia pendidikan tinggi dalam mengembangkan kurikulum, program pembinaan karakter, serta pelatihan keuangan syariah yang dapat membentuk mahasiswa menjadi generasi Muslim yang tangguh, mandiri, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

KAJIAN TEORI

Ekonomi dalam Islam

Dalam perspektif Islam, konsumsi merupakan aktivitas manusia dalam memanfaatkan berbagai barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup, baik yang bersifat fisik maupun spiritual. Namun, berbeda dengan pendekatan ekonomi konvensional yang umumnya menitikberatkan pada kepuasan individu (*utility maximization*) sebagai tujuan utama konsumsi, Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup yang lebih tinggi, yaitu *falāh* (kebahagiaan dunia dan akhirat).

Menurut Khoiri Furqan, konsumsi dalam Islam dapat didefinisikan sebagai permintaan terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup, namun tetap dalam bingkai ketaatan kepada Allah SWT. Dengan demikian, perilaku konsumsi tidak hanya dibatasi oleh kemampuan daya beli atau preferensi pribadi, tetapi juga oleh nilai-nilai moral dan hukum syariah yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah (Khoiri Furqan, 2012).

Islam memberikan panduan yang jelas tentang konsumsi dalam Al-Qur'an. Salah satu ayat yang menjadi rujukan utama adalah firman Allah dalam Surah Al-A'raf ayat 31:

“Wahai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah setiap kali memasuki masjid, dan makanlah serta minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf: 31)

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah mengizinkan manusia untuk menikmati berbagai kenikmatan dunia, seperti makanan, minuman, dan pakaian, tetapi dengan batasan moral yaitu tidak boleh israf (berlebih-lebihan) atau tabdzir (pemborosan). Konsumsi yang diperbolehkan adalah yang seimbang, memenuhi kebutuhan, dan tidak menjerumuskan pada kemudaratannya, baik bagi diri sendiri maupun lingkungan (Riset & Islam, 2020).

Dalam Islam, konsumsi bukanlah tujuan hidup, melainkan sarana untuk memelihara kehidupan, menjaga kesehatan, meningkatkan ibadah, dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Tujuan utama konsumsi adalah untuk mencapai masalah (kebaikan bersama) dan falah.

Beberapa tujuan konsumsi dalam Islam antara lain:

1. Memelihara jiwa dan raga (hifzh al-nafs): Konsumsi makanan halal dan bergizi adalah bentuk pemeliharaan tubuh agar tetap sehat dan kuat untuk beribadah.
2. Menjaga akhlak dan nilai spiritual: Dengan menghindari barang haram atau yang diperoleh dengan cara tidak halal, seorang Muslim menjaga kesucian hati dan jiwanya.
3. Menumbuhkan solidaritas sosial: Konsumsi dalam Islam tidak boleh bersifat egoistik. Seorang Muslim dianjurkan untuk berbagi (infak, sedekah) kepada sesama.
4. Menghindari kerusakan dan pemborosan: Islam mengajarkan keseimbangan (wasathiyah) dalam segala aspek, termasuk konsumsi. Berlebih-lebihan dalam konsumsi dapat merusak ekonomi dan lingkungan (Hani, 2017).

Islam juga menetapkan beberapa prinsip yang menjadi pedoman dalam melakukan konsumsi:

1. Halal dan Thayyib

Setiap barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal (diperbolehkan syaria) dan thayyib (baik, sehat, bermanfaat). Konsumsi barang haram seperti alkohol, narkoba, atau makanan hasil pencurian adalah terlarang dalam Islam.

2. Moderasi (al-i'tidal)

Konsumen Muslim dianjurkan untuk tidak bersikap boros atau terlalu hemat hingga menyiksa diri. Moderasi adalah sikap pertengahan yang dianjurkan oleh syaria.

3. Tanggung Jawab Sosial

Konsumsi dalam Islam mengandung unsur tanggung jawab terhadap masyarakat. Seorang Muslim tidak boleh membeli barang secara berlebihan sementara ada orang lain yang kekurangan.

4. Etika dan Moral

Kegiatan konsumsi juga harus dilandasi oleh nilai-nilai akhlak mulia, seperti kejujuran, empati, dan amanah. Islam menolak konsumerisme yang menjadikan materi sebagai satu-satunya tolok ukur kebahagiaan.

5. Kesadaran Akhirat

Setiap keputusan konsumsi hendaknya mempertimbangkan pertanggungjawaban di hadapan Allah kelak. Oleh karena itu, konsumsi yang dilakukan harus bernilai ibadah dan bermanfaat jangka panjang (Andrianto & Firmansyah, 2019).

Dalam konteks ekonomi Islam, perilaku konsumsi yang Islami tidak hanya menciptakan keseimbangan antara kebutuhan individu dan masyarakat, tetapi juga menciptakan kestabilan ekonomi makro. Konsumsi yang bertanggung jawab membantu menekan inflasi, mendorong distribusi kekayaan yang merata, dan menghindari krisis akibat overkonsumsi atau spekulasi pasar.

Konsumsi yang Islami mendorong masyarakat untuk memprioritaskan barang kebutuhan (daruriyat) daripada keinginan (tahsiniyat). Hal ini selaras dengan teori maqashid syariah, yang mengklasifikasikan kebutuhan manusia dalam tiga tingkatan: daruriyat (primer), hajiyat (sekunder), dan tahsiniyat (tersier).

Dalam realita modern, praktik konsumsi sering kali bertabrakan dengan nilai-nilai Islam. Budaya hedonisme, konsumerisme, dan individualisme yang disebarkan melalui media sosial dan iklan telah mendorong masyarakat, termasuk Muslim, untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tanpa kontrol. Akibatnya, terjadi pemborosan sumber daya, peningkatan utang konsumtif, dan ketimpangan sosial. Untuk itu, diperlukan pendidikan ekonomi Islam yang kuat agar masyarakat memahami filosofi konsumsi dalam Islam. Kesadaran spiritual dan kontrol diri (mujahadah) harus ditanamkan sejak dini agar perilaku konsumsi sejalan dengan syariat (Hamdi, 2022).

Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam

Dalam ajaran Islam, konsumsi bukan sekadar aktivitas memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga merupakan bagian integral dari ibadah kepada Allah SWT. Segala bentuk rezeki dan anugerah yang ada di dunia ini merupakan karunia Allah yang diberikan untuk seluruh umat manusia. Namun, keberadaan anugerah tersebut di tangan sebagian orang tidak berarti bahwa mereka bebas menggunakan dan mengonsumsinya secara sewenang-wenang. Islam memandang bahwa meskipun seseorang tidak secara langsung memiliki atau memperoleh suatu rezeki, tetap ada hak-hak sosial yang melekat di dalamnya, yang harus dipenuhi oleh orang-orang yang diberikan kelebihan oleh Allah.

Islam sebagai agama rahmatan lil 'alamin (rahmat bagi semesta alam) telah mengatur berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal konsumsi. Dalam kerangka ekonomi Islam, konsumsi bukan hanya dilihat dari sudut pandang material dan individu, tetapi juga dari dimensi spiritual dan sosial. Oleh karena itu, Islam menetapkan lima prinsip utama dalam konsumsi yang menjadi pedoman agar manusia tetap dalam batas-batas yang diperkenankan dan tidak jatuh pada sikap boros, zalim, atau merugikan diri sendiri dan orang lain.

1) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam konsumsi menekankan bahwa setiap makanan dan minuman yang dikonsumsi harus berasal dari sumber yang halal dan baik (thayyib). Hal ini mencerminkan keadilan dalam dua aspek: keadilan terhadap diri sendiri dan

keadilan terhadap orang lain. Mengonsumsi barang haram seperti darah, bangkai, daging babi, dan binatang yang disembelih bukan atas nama Allah merupakan pelanggaran terhadap hak diri sendiri, karena hal itu dapat merusak jasmani dan rohani. Selain itu, mencari nafkah dan sumber makanan dari jalan yang tidak halal seperti riba, korupsi, atau mencuri juga merupakan pelanggaran terhadap prinsip keadilan karena telah mengambil hak orang lain secara tidak sah.

Islam sangat menekankan pentingnya mendapatkan rezeki yang halal. Nabi Muhammad SAW bersabda bahwa setiap daging yang tumbuh dari barang haram, maka neraka lebih pantas baginya (HR. At-Tirmidzi). Maka dari itu, prinsip keadilan ini menuntut setiap individu Muslim untuk berhati-hati dalam memilih dan mengonsumsi makanan, serta memastikan bahwa konsumsi tersebut tidak melanggar hak-hak orang lain.

2) Prinsip Kebersihan

Kebersihan dalam Islam tidak hanya terbatas pada aspek fisik, tetapi juga mencakup dimensi spiritual. Prinsip ini mengajarkan bahwa makanan yang dikonsumsi haruslah bersih, tidak najis, tidak menjijikkan, dan tidak membahayakan kesehatan. Meski suatu makanan diperbolehkan secara hukum (halal), tidak semua makanan layak dikonsumsi dalam semua keadaan. Misalnya, makanan yang telah basi atau tercemar tetap harus dihindari meskipun bahan dasarnya halal.

Allah SWT dalam Al-Qur'an berfirman: *"Makanlah dari rezeki yang baik (halalan thayyiban) yang telah Kami berikan kepadamu"* (QS. Al-Baqarah: 172). Kata "thayyib" menunjukkan bahwa Islam ingin setiap makanan tidak hanya legal secara hukum, tetapi juga bersih dan sehat. Makanan yang bersih akan membawa keberkahan dan memperkuat fisik untuk beribadah, sedangkan makanan yang kotor atau najis akan merusak tubuh dan menghalangi seorang Muslim dari mendekat kepada Allah.

3) Prinsip Kesederhanaan

Islam mengajarkan umatnya untuk bersikap moderat dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi. Prinsip kesederhanaan mengarahkan umat Muslim untuk tidak berlebih-lebihan dalam makan dan minum. Allah SWT berfirman: *"Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan"* (QS. Al-A'raf: 31).

Sikap konsumtif yang tidak terkendali dapat menjerumuskan seseorang ke dalam keborosan, yang dalam Islam tergolong perbuatan setan (QS. Al-Isra: 27). Di sisi lain, konsumsi berlebihan dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan, seperti obesitas, penyakit jantung, dan gangguan pencernaan, yang secara tidak langsung menghalangi seorang Muslim dari aktivitas ibadah yang optimal.

Berbeda dengan sistem kapitalisme yang menjadikan konsumsi sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi dengan mendorong masyarakat untuk terus membeli dan memakai produk sebanyak-banyaknya, Islam justru menekankan konsumsi yang adil, proporsional, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, prinsip ini juga turut menjaga keseimbangan ekonomi dan kelestarian lingkungan.

4) Prinsip Kemurahan Hati

Islam mendorong umatnya untuk tidak hanya berpikir tentang diri sendiri dalam hal konsumsi, melainkan juga memperhatikan kebutuhan orang lain, terutama yang kurang mampu. Prinsip kemurahan hati mengajarkan bahwa makanan yang kita nikmati adalah amanah dari Allah, dan dalam harta kita terdapat hak orang lain. Oleh karena itu, Islam sangat menganjurkan sikap berbagi melalui sedekah, zakat, dan infaq.

Dengan memenuhi kebutuhan konsumsi secara halal dan niat yang benar, yaitu untuk menjaga kesehatan dan kekuatan dalam menjalankan ibadah, seorang Muslim tidak hanya akan mendapatkan pahala, tetapi juga dapat menjadikan aktivitas makan dan minum sebagai ibadah. Bahkan, menyuapi keluarga dengan tangan sendiri juga termasuk ibadah dan sedekah yang bernilai di sisi Allah.

Kemurahan hati juga mencerminkan jiwa sosial dalam Islam. Dalam masyarakat yang menerapkan prinsip ini, tidak akan ada jurang pemisah yang terlalu tajam antara si kaya dan si miskin. Sebab, orang yang memiliki kelebihan akan menyadari bahwa sebagian dari hartanya ada hak bagi orang lain.

5) Prinsip Moralitas

Prinsip terakhir dalam konsumsi menurut Islam adalah prinsip moralitas. Konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga memiliki tujuan spiritual dan moral. Seorang Muslim dianjurkan untuk menyebut nama Allah (basmalah) sebelum makan dan mengucapkan hamdalah (alhamdulillah) setelahnya, sebagai bentuk rasa syukur dan kesadaran bahwa semua nikmat berasal dari-Nya.

Kegiatan konsumsi yang disertai dengan nilai-nilai moral seperti kesopanan, rasa syukur, dan empati akan membawa dampak positif dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Dengan menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk meningkatkan spiritualitas, seorang Muslim akan mampu mengendalikan hawa nafsunya dan tidak terjerumus pada hedonisme atau gaya hidup konsumtif yang berlebihan.

Islam ingin agar manusia menjalani hidup yang seimbang antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi. Oleh karena itu, melalui prinsip moralitas, konsumsi diarahkan untuk memperkuat keimanan, meningkatkan kualitas ibadah, dan menjaga hubungan baik dengan sesama manusia serta dengan Allah SWT (Zakiah, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif**, yang bertujuan untuk menggambarkan serta memahami makna perilaku konsumsi mahasiswa Muslim dalam kerangka nilai-nilai ekonomi Islam. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengeksplorasi pengalaman, kebiasaan, dan pertimbangan individu secara mendalam dalam konteks sosial, budaya, dan spiritual mereka (Hidayat, 2009). Sejalan dengan pendapat **Miles dan Huberman (1994)**, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap fenomena secara utuh dalam situasi alaminya, serta memahami bagaimana individu memberi makna terhadap pengalaman mereka (Palazzolo, 2023).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di **Universitas Trunojoyo Madura**, yang memiliki populasi mahasiswa Muslim yang cukup besar dan beragam latar belakang. Subjek penelitian dipilih secara **purposive**, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Kriteria tersebut mencakup:

1. Mahasiswa aktif minimal semester tiga,
2. Beragama Islam, dan
3. Pernah mengikuti kajian atau pembelajaran tentang ekonomi Islam, baik secara formal maupun informal.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu **wawancara mendalam** (in-depth interview) dan **observasi partisipatif**. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar responden memiliki ruang untuk menjelaskan pandangan dan pengalaman mereka mengenai pola konsumsi yang dijalankan sehari-hari, termasuk aspek halal-haram, kesederhanaan, dan moralitas konsumsi. Observasi dilakukan dalam lingkungan keseharian mahasiswa, seperti kantin, tempat tinggal, atau aktivitas belanja, guna mengamati praktik konsumsi secara langsung.

PEMBAHASAN

Perilaku konsumsi mahasiswa Muslim mencerminkan sejauh mana nilai-nilai Islam terintegrasi ke dalam praktik ekonomi individu dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa, sebagai bagian dari kelompok intelektual muda, berada dalam fase transisi dari ketergantungan finansial kepada tahap awal kemandirian ekonomi. Dalam periode ini, mereka mulai memiliki otonomi dalam mengelola keuangan, menyusun prioritas kebutuhan, serta membuat keputusan konsumsi yang mencerminkan nilai-nilai pribadi maupun kolektif. Oleh karena itu, mahasiswa menjadi kelompok yang menarik untuk dianalisis, terutama dari perspektif ekonomi Islam yang menekankan dimensi etis dan spiritual dalam konsumsi. Dinamika konsumsi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti perkembangan budaya populer, pengaruh media sosial, serta lingkungan sosial pergaulan seperti teman sebaya. Dalam era modern yang serba cepat dan penuh informasi, mahasiswa Muslim dituntut untuk mampu memilah dan menyesuaikan pola konsumsi mereka agar tetap berada dalam koridor syariah. Prinsip-prinsip dasar konsumsi dalam Islam meliputi konsumsi terhadap hal yang halal dan *thayyib*, menerapkan prinsip kesederhanaan (*wasathiyah*), menjunjung keadilan, serta mengemban tanggung jawab sosial dalam penggunaan sumber daya.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan sejumlah mahasiswa Muslim, diketahui bahwa sebagian besar dari mereka memiliki pemahaman teoritis mengenai prinsip-prinsip dasar konsumsi Islami. Mereka menyadari pentingnya menghindari perilaku boros, memilih produk yang terjamin kehalalannya, serta mendahulukan kebutuhan primer daripada gaya hidup konsumtif. Bahkan, tidak sedikit mahasiswa yang sudah memahami klasifikasi kebutuhan menurut perspektif Islam, yaitu kebutuhan primer (*daruriyyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan pelengkap (*tahsiniyyat*).

Namun, pemahaman tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku nyata. Dalam situasi aktual, keputusan konsumsi mahasiswa kerap lebih dipengaruhi oleh dorongan sosial dan tekanan gaya hidup ketimbang pertimbangan nilai-nilai agama. Sebagai contoh, dalam memilih tempat makan, mahasiswa lebih sering memilih tempat yang sedang populer di media sosial tanpa mempertimbangkan faktor harga dan kehalalannya secara menyeluruh. Begitu pula dalam pembelian pakaian, kosmetik, dan barang elektronik, keputusan mereka cenderung dipengaruhi oleh tren dan ekspektasi sosial yang berkembang di lingkungan kampus. Media sosial memiliki peran besar dalam membentuk identitas dan perilaku konsumsi mahasiswa. Keinginan untuk terlihat 'up-to-date' dan tidak tertinggal dari kelompok sosialnya membuat mahasiswa menjadikan konsumsi sebagai sarana pencitraan diri atau *self-branding*. Hal ini menyebabkan konsumsi bergeser dari fungsi aslinya sebagai pemenuhan kebutuhan menuju alat pembentukan identitas sosial. Dalam konteks ekonomi Islam, fenomena ini bertentangan dengan prinsip kesederhanaan dan tanggung jawab moral dalam penggunaan sumber daya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara nilai ideal ekonomi Islam dan praktik konsumsi mahasiswa Muslim. Di satu sisi, mereka mengetahui etika konsumsi Islami secara teoritis, namun di sisi lain praktiknya masih banyak dipengaruhi oleh aspek emosional dan simbolik. Tekanan dari lingkungan sosial, seperti teman sebaya, juga menjadi faktor penting. Mahasiswa cenderung merasa tidak nyaman jika tampak berbeda atau tertinggal dari teman-temannya dalam hal penampilan, tempat hangout, atau gaya hidup.

Dalam psikologi sosial, perilaku ini dikenal sebagai bentuk konformitas, yaitu kecenderungan individu untuk mengikuti pola perilaku kelompok agar diterima secara sosial. Dalam pandangan Islam, konsumsi seharusnya tidak dijadikan alat untuk menaikkan status sosial, tetapi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup secara wajar dan seimbang. Ajaran Islam menekankan nilai *qana'ah* (merasa cukup) dan menghindari *israf* (pemborosan) sebagai pedoman moral dalam berperilaku konsumtif. Faktor ekonomi juga tidak bisa diabaikan dalam menentukan perilaku konsumsi mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa masih menggantungkan biaya hidup mereka pada kiriman orang tua atau beasiswa. Keterbatasan sumber daya ini membuat mahasiswa harus berhitung cermat dalam menentukan prioritas pengeluaran. Namun dalam praktiknya, dilema sering muncul ketika mereka dihadapkan pada pilihan antara produk halal dan *thayyib* yang relatif lebih mahal dengan produk murah yang status kehalalannya tidak jelas.

Beberapa mahasiswa mengakui bahwa mereka memilih berdasarkan harga demi menyesuaikan dengan kondisi finansial mereka, meskipun menyadari bahwa hal tersebut kurang ideal secara syar'i. Situasi ini menunjukkan perlunya solusi sistemik, seperti penyediaan produk halal yang terjangkau di lingkungan kampus dan edukasi keuangan berbasis syariah untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam membuat keputusan konsumsi yang bertanggung jawab. Meski demikian, terdapat juga mahasiswa yang telah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam secara nyata, khususnya dalam menyusun skala prioritas kebutuhan berdasarkan klasifikasi Islam. Mereka cenderung mendahulukan kebutuhan pokok seperti makan, tempat tinggal,

dan transportasi, sementara kebutuhan tambahan hanya dipenuhi ketika dana tersedia. Pendekatan ini sejalan dengan konsep literasi keuangan Islami, yang tidak hanya mengajarkan cara mengelola uang, tetapi juga menanamkan nilai keadilan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial.

Ekonomi Islam sendiri tidak sekadar fokus pada efisiensi ekonomi, tetapi juga pada keberkahan dan kemaslahatan. Dalam konteks mahasiswa, ini berarti konsumsi harus diarahkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga mempertimbangkan manfaat sosial dan lingkungan. Mahasiswa yang memahami hal ini cenderung memiliki perilaku konsumsi yang lebih terencana, hemat, dan tidak terjebak dalam arus gaya hidup konsumtif.

Salah satu kelemahan yang masih banyak ditemukan adalah pemahaman yang terbatas mengenai konsep *thayyib*. Sebagian besar mahasiswa hanya memahami halal sebatas pada aspek label atau sertifikasi formal. Mereka belum banyak mempertimbangkan aspek lain dari *thayyib*, seperti kualitas, higienitas, dampak lingkungan, dan manfaat kesehatan dari barang yang dikonsumsi. Misalnya, makanan cepat saji bersertifikat halal dianggap aman, padahal secara kandungan gizi dan dampak kesehatan jangka panjang belum tentu sesuai dengan prinsip *thayyiban*. Padahal dalam ajaran Islam, kehalalan bukan hanya soal komposisi bahan, tetapi juga menyangkut proses produksi dan dampaknya terhadap kesejahteraan individu dan masyarakat. Oleh karena itu, edukasi lanjutan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya memilih produk yang tidak hanya halal tetapi juga *thayyib* dalam arti luas.

Dalam konteks pembinaan dan penguatan perilaku konsumsi Islami, perguruan tinggi memiliki posisi strategis. Kampus dapat menjadi wadah edukasi nilai-nilai Islam melalui kegiatan seminar ekonomi Islam, pelatihan manajemen keuangan syariah, serta program mentoring spiritual. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Islam juga dapat dioptimalkan sebagai agen perubahan untuk membentuk budaya konsumsi Islami yang lebih etis, hemat, dan bertanggung jawab.

Program-program seperti edukasi literasi keuangan Islami berbasis masjid kampus, pelatihan belanja cerdas, serta dakwah tematik tentang gaya hidup Islami dan anti-konsumerisme dapat membantu membentuk kesadaran kolektif mahasiswa akan pentingnya menjalankan konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Keteladanan dari dosen dan tenaga kependidikan juga sangat berperan sebagai panutan dalam membentuk gaya hidup yang sederhana namun bermakna di kalangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Perilaku konsumsi mahasiswa Muslim menggambarkan tingkat pemahaman dan pengamalan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di lingkungan kampus yang sarat dengan pengaruh eksternal. Sebagai generasi muda yang tengah belajar mandiri, mahasiswa menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan pribadi dan membentuk kebiasaan konsumsi yang ideal. Dalam proses ini, mereka tidak hanya berhadapan dengan kebutuhan praktis, tetapi juga tekanan sosial dan budaya yang memengaruhi cara mereka membelanjakan uang. Temuan

penelitian menunjukkan bahwa banyak mahasiswa Muslim telah memiliki pemahaman dasar mengenai prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam, seperti pentingnya memilih produk yang halal, bersikap sederhana dalam konsumsi, serta menyusun skala kebutuhan berdasarkan prioritas. Mereka umumnya tahu bahwa Islam mengajarkan konsumsi yang tidak berlebihan dan lebih mengutamakan kebutuhan dibanding keinginan. Namun, pemahaman tersebut masih sering bersifat teoritis dan belum sepenuhnya terimplementasi dalam tindakan nyata.

Dalam praktiknya, mahasiswa masih sangat dipengaruhi oleh tren, media sosial, dan lingkungan pertemanan. Keinginan untuk tampil sesuai standar kelompok sering kali mendorong mereka mengambil keputusan konsumsi yang tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, memilih tempat makan atau barang berdasarkan popularitas, bukan dari aspek kehalalan atau kemanfaatannya. Konsumsi pun berubah fungsi dari pemenuhan kebutuhan menjadi bentuk pencitraan diri atau *self-image*. Selain itu, keterbatasan ekonomi juga menjadi faktor yang signifikan dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan penghasilan terbatas, baik dari kiriman orang tua maupun beasiswa, mahasiswa harus bijak mengatur pengeluaran. Namun, dilema sering muncul ketika harus memilih antara produk halal dengan harga tinggi dan alternatif yang lebih murah namun meragukan kehalalannya. Hal ini memperlihatkan adanya tantangan struktural yang perlu diatasi, baik dari sisi ketersediaan produk halal maupun edukasi keuangan berbasis nilai Islam.

Di sisi lain, terdapat pula mahasiswa yang mampu menerapkan prinsip konsumsi Islami secara lebih konsisten. Mereka menyusun pengeluaran berdasarkan tingkat kebutuhan: darurat (*daruriyyat*), penunjang (*hajiyyat*), dan pelengkap (*tahsiniyyat*). Sikap ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang bijak dan bertanggung jawab. Namun demikian, pemahaman mahasiswa masih terbatas pada aspek halal saja, dan belum banyak yang memahami konsep *thayyib* secara menyeluruh. Produk yang halal belum tentu baik dari segi gizi, kesehatan, maupun keberlanjutan lingkungan. Padahal, Islam mengajarkan konsumsi yang tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga memberikan manfaat holistik bagi individu dan masyarakat.

Jadi, perilaku konsumsi mahasiswa Muslim masih berada dalam ketegangan antara nilai-nilai Islam dan realitas sosial-ekonomi yang dihadapi. Diperlukan pendekatan edukatif yang komprehensif, melibatkan aspek pengetahuan, kesadaran, dan kebiasaan, agar mahasiswa dapat mengembangkan pola konsumsi yang lebih etis, sederhana, dan bertanggung jawab sesuai ajaran Islam. Peran kampus sangat penting sebagai fasilitator literasi keuangan syariah, pembinaan spiritual, dan penguatan karakter Islami.

Saran

Untuk mendorong perilaku konsumsi mahasiswa Muslim yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, perguruan tinggi perlu memperkuat edukasi literasi keuangan syariah secara praktis, termasuk pemahaman menyeluruh tentang konsep halal dan

thayyib. Ketersediaan produk halal yang terjangkau di lingkungan kampus juga harus diperhatikan melalui kerja sama dengan koperasi atau penyedia lokal. Organisasi mahasiswa Islam seperti LDK dapat diberdayakan sebagai agen perubahan melalui kegiatan edukatif dan kampanye sadar konsumsi. Pemanfaatan media sosial dengan konten positif tentang gaya hidup Islami juga penting untuk menjangkau mahasiswa secara efektif. Keteladanan dari dosen dan civitas akademika dalam menerapkan hidup sederhana dapat menjadi inspirasi nyata. Selain itu, pelatihan praktis seperti manajemen keuangan Islami, penentuan skala prioritas, dan belanja cerdas perlu diadakan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan. Pemahaman tentang *thayyib* pun harus diperluas agar mahasiswa tidak hanya fokus pada kehalalan formal, tetapi juga mempertimbangkan kualitas, dampak kesehatan, dan keberlanjutan dari produk yang dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Vieea Syantana, Seri Hidayu, Khairunnisa, & Elsa Salsabila. (2024). Production Management Based on the Qur'an and Hadith for the Sustainability of the Sharia Economy. *Al-Fadilah: Islamic Economics Journal*, 2(2), 101–110. <https://doi.org/10.61166/fadilah.v2i2.40>
- Agustin, H. (2021). *TEORI BANK SYARIAH*. 2(1), 67–83.
- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). CV. Penerbit Qiara Media, 536.
- Asyraf Ubaidillah, & Chaerul Sani. (2025). The Role Of Budgeting In Facing Economic Dynamics In The Digital Era. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 3(1), 39–44. <https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v3i1.41>
- Devi Triana, Sholahuddin, Sajidah, & Mashudi. (2025). Islamic Political Economy: Thought, Movement and Development. *Rihlah Iqtishad: Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam*, 2(2), 81–92. <https://doi.org/10.61166/rihlah.v2i2.29>
- Deviana Putri Septia Ningrum, Veni Vebriyanti, Siti Aisyah Hidayatul Hasanah, Naufal Firdaus, Yuni Zaroh, Fathor, F., & Hawa Gazani. (2025). The Appeal of Gamification in E-Commerce: The Role of Vouchers, Coins, and Badges on Indonesian Consumer Behavior. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 141–148. <https://doi.org/10.61166/managing.v2i2.74>
- Efendi, F., Nashir, M., Mardianton, M., & Nurlaila, N. (2023). Preferensi dan Prilaku Mahasiswa UIN IB Padang Dalam Memilih Makanan Sudah jadi Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 2(2), 101–114. <https://doi.org/10.32939/acm.v2i2.3025>
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>
- Hani, U. (2017). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan). *Central Library of State Islamic Collage Parepare*.
- Hidayat, D. N. (2009). Dikotomi Kualitatif – Kuantitatif Dan Varian Paradigmatik Dalam Penelitian Kualitatif. *Scriptura*, 2(2), 81–94.

- <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.2.81-94>
- Hilya Zulva, Syahnur Aida Alifia, & Muhammad Misbakul Munir. (2024). Understanding and Preferences of Islamic Finance Among Gen Z. *Rihlah Iqtishad: Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.61166/rihlah.vii2.17>
- Khaidar Rahmaini Jamila, Dian Zahra Syahfitri Lubis, Keisya Putri Balqis, & Yabib Fikri Rambe. (2026). International Islamic Banking Strategy In Economic Development In Facing The Challenges of Fintech and Digitalization. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v4i1.188>
- Khoiri Furqon, I. (2012). Teori konsumsi dalam islam. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 06(1), 1–18.
- Palazzolo, D. J. (2023). Research Methods. *Experiencing Citizenship: Concepts and Models for Service-Learning in Political Science*, 109–118. <https://doi.org/10.4324/9781003444718-9>
- Rania Ningsih, Bilal Kautsar Setiabudi, Moh azfahani zain, & Nasya Amelia Putri. (2024). Analysis of the Influence of Sharia Monetary Policy on Economic Development in Indonesia. *Al-Fadilah: Islamic Economics Journal*, 2(1), 39–51. <https://doi.org/10.61166/fadilah.v2i1.18>
- Syofiana Mailinda, & Abdur Rohman. (2025). Implementation of Sharia Business Ethics in Business Feasibility: A Case Study of Tette Chips in Pamekasan. *Al-Arfa: Journal of Sharia, Islamic Economics and Law*, 3(2), 291–302. <https://doi.org/10.61166/arfa.v3i2.107>
- Riset, J., & Islam, E. (2020). *Jurnal Riset Ekonomi Islam Indonesia*. 2(2), 117–125.
- Waluya, A. H., Arifin, S., Yasid, A., & Ritonga, I. (2022). Etika Konsumsi dalam Perspektif Maqāṣid Al-Sharī'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2536. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6410>
- Zakiah, S. (2022). Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.35194/eeki.v2i2.2515>