



Dampak Inflasi Terhadap Keputusan Konsumsi Mahasiswa: Studi dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam

Rinanda Fasya¹, Madinah Marwah², Renia Ria Armayani Hasibuan³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: fasyarinanda22@gmail.com¹, madinahmarwah17@gmail.com², reniriaarmayani@uinsu.ac.id³

Diterima: 20-06-2026 | Disetujui: 24-06-2026 | Diterbitkan: 26-06-2026

ABSTRACT

The increase in the price of goods and services is generally known as inflation, and this can impact people's purchasing power, especially students. The purpose of this study is to examine how students' consumption choices are affected by inflation from an Islamic microeconomic perspective. The methodology used is a literature review on inflation, consumer behavior, and consumption principles in Islamic economics. Based on the research findings, students' purchasing power decreases due to inflation, leading to changes in their consumption habits, including prioritizing basic needs, reducing non-essential expenses, and becoming more frugal in shopping. Prices, wealth, and preferences all influence students' purchasing choices. From an Islamic microeconomic perspective, consumption is not only aimed at satisfaction but also considers the principles of general welfare, accountability, and prohibitions against wasteful and extravagant behavior. Therefore, amid inflationary pressures, students can control their purchases more wisely, effectively, and ethically through the application of Islamic norms.

Keywords: *inflation, student consumption, Islamic microeconomics, welfare, accountability.*

ABSTRAK

Kenaikan harga barang dan jasa secara umum dikenal sebagai inflasi, dan hal ini dapat berdampak pada kemampuan masyarakat untuk berbelanja, terutama mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana pilihan konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh inflasi dari sudut pandang mikroekonomi Islam. Metodologi yang digunakan adalah tinjauan pustaka mengenai inflasi, perilaku konsumen, dan prinsip-prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam. Berdasarkan temuan penelitian, daya beli mahasiswa menurun akibat inflasi, yang menyebabkan perubahan dalam kebiasaan konsumsi mereka, termasuk memprioritaskan kebutuhan pokok, mengurangi pengeluaran yang kurang penting, dan menjadi lebih hemat dalam berbelanja. Harga, kekayaan, dan preferensi semuanya memengaruhi pilihan pembelian para mahasiswa. Dari sudut pandang mikroekonomi Islam, konsumsi tidak hanya ditujukan untuk kepuasan, tetapi juga mempertimbangkan prinsip-prinsip kesejahteraan umum, akuntabilitas, serta larangan terhadap perilaku boros dan mewah. Oleh karena itu, di tengah tekanan inflasi, para mahasiswa dapat mengendalikan pembelian mereka dengan lebih bijaksana, efektif, dan etis melalui penerapan norma-norma Islam.

Kata Kunci: inflasi, konsumsi mahasiswa, ekonomi mikro Islam, kemaslahatan, akuntabilitas.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fasya, R. ., Marwah, M., & Armayani Hasibuan, R. R. (2026). Dampak Inflasi Terhadap Keputusan Konsumsi Mahasiswa: Studi Dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(2), 4386-4395. <https://doi.org/10.63822/2avx3c52>

PENDAHULUAN

Inflasi merupakan salah satu dari sekian banyak masalah yang tak terhindarkan dan dapat berdampak pada perekonomian serta kesejahteraan umum suatu negara. Kenaikan harga barang dan jasa secara luas dan berkelanjutan dalam periode waktu tertentu dikenal sebagai inflasi. Kenaikan harga semacam itu dapat mengurangi daya beli masyarakat jika uang yang mereka miliki tidak lagi cukup untuk membeli jumlah barang dan jasa yang sama. Oleh karena itu, masyarakat harus mengubah kebiasaan belanja mereka dan mengevaluasi kembali prioritas mereka guna menentukan kebutuhan mana yang paling penting untuk dipenuhi. Akibatnya, inflasi merupakan faktor ekonomi yang memiliki dampak besar terhadap cara masyarakat dan organisasi dalam masyarakat memutuskan apa yang akan dibeli (Raehani et al., 2025).

Salah satu kelompok konsumen yang paling rentan terhadap dampak inflasi adalah mahasiswa. Perubahan harga barang dan jasa dapat memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka karena sebagian besar dari mereka masih bergantung pada uang saku dari orang tua atau memiliki sumber pendapatan yang terbatas (Karim, 2021). Mahasiswa menjadi lebih hemat dalam pengeluaran mereka akibat kenaikan biaya kebutuhan pokok, transportasi, biaya kuliah, dan pengeluaran pendidikan lainnya (Sudirman et al., 2022). Dalam situasi seperti ini, mahasiswa sering kali harus mengurangi pengeluaran untuk pendidikan menengah dan tinggi demi memenuhi kebutuhan pokok mereka.

Namun, dinamika perilaku konsumsi mahasiswa juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Mahasiswa dapat melakukan pembelian dengan lebih cepat dan mudah ketika mereka memiliki akses yang mudah ke berbagai platform e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital (Winda, 2023). Namun, keadaan ini juga meningkatkan kemungkinan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh promo, diskon, tren mode, dan rekomendasi influencer (Pratiwi & Sari, 2024). Akibatnya, variabel sosial dan psikologis, tingkat literasi ekonomi mereka, serta kemampuan pengendalian diri mereka, semuanya memengaruhi keputusan belanja mahasiswa selain situasi ekonomi seperti inflasi (Prilla, 2021).

Keputusan konsumsi didefinisikan dalam mikroekonomi sebagai hasil pertimbangan seseorang saat mengalokasikan sumber daya yang langka guna memaksimalkan kenikmatan. Namun, dibandingkan dengan ekonomi tradisional, mikroekonomi Islam memiliki sudut pandang yang lebih komprehensif. Mikroekonomi Islam mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah seperti tauhid, keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial ke dalam seluruh kegiatan ekonomi, selain menekankan efisiensi dan kebahagiaan material (Karim, 2021). Agar konsumsi dapat memberikan manfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan, hal tersebut harus dilakukan secara wajar, tanpa berlebihan (israf), serta dengan mempertimbangkan nilai-nilai halal dan kepentingan umum (Ikram, 2023).

Sebagai konsumen Muslim, mahasiswa dituntut untuk mengambil keputusan pembelian yang logis dan sesuai syariah ketika inflasi melanda. Mereka harus menetapkan prioritas, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari konsumsi yang boros (Wanty, 2025). Oleh karena itu, perspektif mikroekonomi Islam sangat penting untuk memahami bagaimana mahasiswa beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi dengan menerapkan kebiasaan konsumsi yang lebih bijak, yang berfokus pada kesejahteraan mereka di dunia maupun di akhirat (Ascarya, 2015).

Artikel ini, penelitian mengenai bagaimana inflasi memengaruhi pilihan konsumsi mahasiswa dari sudut pandang mikroekonomi Islam sangat relevan. Diharapkan pembahasan ini dapat mengungkap bagaimana inflasi memengaruhi kebiasaan belanja mahasiswa, faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pilihan konsumen, serta bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk menghadapi perubahan kondisi ekonomi masyarakat (Shofwan & Oktapiani, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif dan metode tinjauan pustaka (penelitian perpustakaan). Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber pustaka, termasuk buku, artikel penelitian, jurnal ilmiah, dan bahan-bahan lain yang berkaitan dengan topik mikroekonomi Islam, inflasi, dan pola pengeluaran mahasiswa. Studi dokumenter digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara menelaah, mengidentifikasi, dan mengevaluasi berbagai hipotesis serta temuan penelitian mengenai bagaimana inflasi memengaruhi pilihan konsumsi mahasiswa.

Untuk memahami secara mendalam bagaimana inflasi memengaruhi pola pengeluaran mahasiswa, analisis data dilakukan dengan memanfaatkan teknik analisis deskriptif, yang mencakup penggambaran, perbandingan, dan interpretasi berbagai gagasan yang terdapat dalam literatur. Selain itu, temuan analisis tersebut ditinjau dari sudut pandang mikroekonomi Islam, yang sangat menekankan nilai-nilai tanggung jawab, keseimbangan, kesejahteraan umum, dan larangan konsumsi berlebihan. Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini berharap dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana pilihan pengeluaran mahasiswa dipengaruhi oleh inflasi serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut definisinya, konsumsi adalah tindakan mengeluarkan uang untuk memenuhi keinginan seseorang. Pengeluaran jenis pertama dan jenis kedua adalah dua kategori pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen Muslim yang harus dibedakan dalam konteks Islam. Pengeluaran jenis pertama adalah pengeluaran yang dilakukan oleh seorang Muslim untuk memenuhi kebutuhan materiil dirinya dan keluarganya (pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan materiil namun berdampak pada pahala di akhirat). Pengeluaran yang dilakukan semata-mata dengan tujuan mengejar pahala di akhirat diklasifikasikan sebagai pengeluaran jenis kedua.

Konsumsi adalah tindakan manusia di mana nilai kegunaan suatu barang atau jasa berkurang atau habis untuk memenuhi kebutuhan, baik secara bertahap maupun sekaligus. Konsumen adalah orang yang melakukan konsumsi. Setiap perekonomian harus memprioritaskan konsumsi karena tanpa itu, kehidupan manusia tidak akan mungkin ada. Akibatnya, kegiatan ekonomi difokuskan pada pemenuhan keinginan masyarakat untuk mengonsumsi. Mengabaikan konsumsi, bagaimanapun juga, berarti mengabaikan kehidupan itu sendiri dan pelaksanaan kewajiban masyarakat (Husaeni et al., 2021).

Konsumsi merupakan komponen kunci dalam sistem ekonomi. Produksi dan distribusi didorong oleh konsumsi, yang menjaga agar perekonomian tetap berjalan. Bagi seorang Muslim, tujuan utama dari

konsumsi adalah untuk meningkatkan ibadah kepada Allah. Bahkan, mengonsumsi apa pun dengan tujuan memperkuat kesetiaan dan pengabdian kepada Allah akan menjadikannya sebagai ibadah yang akan diberi pahala. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perilaku yang diperbolehkan, termasuk makan, tidur, dan bekerja, dapat menjadi ibadah jika dibarengi dengan keinginan untuk mendekatkan diri kepada Allah (taqarrub) guna memaksimalkan potensi diri.

Menurut ekonomi Islam, seorang Muslim wajib melakukan konsumsi guna mewujudkan tujuan Allah dalam menciptakan umat manusia, yaitu mengabdikan diri sepenuhnya hanya kepada-Nya (Zakiah, 2022).

Prinsip Kemaslahatan dan Akuntabilitas dalam Pengambilan Keputusan Konsumsi

Dalam ekonomi Islam, konsumsi dipandang sebagai bagian dari ibadah yang harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, selain sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan. Islam memberikan petunjuk yang jelas mengenai cara menggunakan uang demi kebaikan diri sendiri, keluarga, masyarakat, dan lingkungan. Oleh karena itu, prinsip-prinsip moral, etika, dan kewajiban kepada Allah SWT semuanya diperhitungkan saat mengambil keputusan konsumsi dari sudut pandang Islam, selain faktor-faktor ekonomi dan kepuasan pribadi. Kepentingan umum dan akuntabilitas merupakan dua prinsip utama dalam perilaku konsumen Islam. Kedua konsep ini sangat penting untuk membentuk kebiasaan konsumsi yang bertanggung jawab, seimbang, dan berfokus pada kesejahteraan di dunia maupun di akhirat.

Dalam ekonomi Islam, gagasan masalah, atau prinsip kepentingan umum, sangatlah penting. Segala sesuatu yang bermanfaat bagi umat manusia dan menjamin keselamatannya dianggap sebagai masalah. Dalam hal konsumsi, konsep ini mengarahkan orang untuk menghindari segala bentuk konsumsi yang dapat membahayakan diri sendiri atau orang lain, serta memilih produk dan layanan yang memberikan manfaat nyata bagi kehidupan mereka. Tujuan-tujuan mendasar syariah, atau maqashid al-syariah, yang meliputi perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda, merupakan landasan dari gagasan masalah. Oleh karena itu, setiap pilihan konsumsi harus mempertimbangkan seberapa besar aktivitas tersebut berkontribusi terhadap pencapaian tujuan-tujuan tersebut.

Pemilihan produk halal dan thayyib menunjukkan penerapan konsep kepentingan umum dalam konsumsi. Sementara thayyib berarti “baik, sehat, aman, dan bermanfaat bagi manusia,” halal menunjukkan bahwa produk tersebut diperbolehkan menurut hukum Islam. Seorang Muslim harus mempertimbangkan baik kualitas produk maupun dampak penggunaannya terhadap kesehatan dan kesejahteraan, selain memastikan bahwa produk tersebut secara hukum halal. Misalnya, mengonsumsi makanan halal secara berlebihan hingga membahayakan kesehatan tetap bertentangan dengan prinsip kepentingan umum karena hal itu dapat membahayakan tubuh (Muflikh, 2024).

Selain itu, konsumen harus mampu membedakan antara kebutuhan pokok dan keinginan agar dapat sejalan dengan konsep kesejahteraan umum. Islam menekankan bahwa meskipun keinginan harus dikendalikan untuk mencegah konsumerisme berlebihan, kebutuhan pokok harus dipenuhi secara seimbang agar masyarakat dapat menjalani kehidupan yang memuaskan. Di dunia saat ini, media sosial dan perkembangan teknologi sering kali mendorong orang untuk membeli produk berdasarkan tren, status sosial, atau keinginan untuk mengadopsi gaya hidup tertentu, bukan karena kebutuhan. Situasi ini dapat mengakibatkan pemborosan dan penggunaan sumber daya yang tidak efisien. Oleh karena itu, konsep

kesejahteraan umum mendorong konsumen untuk bertindak secara bijaksana dan mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari setiap pembelian yang mereka lakukan (Makmun et al., 2023).

Konsep kesejahteraan umum menekankan perlunya mempertimbangkan dampak sosial dari konsumsi, selain manfaat individu. Para pembeli Muslim didorong untuk memilih barang-barang yang diproduksi secara etis dan tidak merugikan orang lain. Misalnya, konsumen sebaiknya memilih barang dari perusahaan yang mengutamakan kesejahteraan pekerja, menerapkan praktik bisnis yang etis, dan melindungi lingkungan. Dalam hal ini, konsumsi mendorong kesejahteraan baik individu maupun masyarakat. Pandangan ini menunjukkan bahwa konsumerisme Islam memiliki komponen sosial yang signifikan dan tidak hanya berfokus pada tujuan individu (Hasanah, 2024).

Topik keberlanjutan semakin penting dalam pertumbuhan ekonomi masa kini. Gagasan pembangunan berkelanjutan dan prinsip kesejahteraan umum saling terkait erat karena keduanya menekankan pentingnya mencapai keseimbangan antara memenuhi kebutuhan saat ini dan melindungi sumber daya bagi generasi mendatang. Konsumen yang menganut konsep kesejahteraan umum akan lebih sadar akan dampak produk dan layanan yang mereka gunakan terhadap lingkungan. Mereka sering kali menghindari kebiasaan konsumsi yang merusak lingkungan atau menghasilkan banyak sampah. Oleh karena itu, pengembangan pola konsumsi yang berkelanjutan dan bertanggung jawab dapat didasarkan secara moral pada konsep kepentingan umum (Haryanto & Azizah, 2021).

Konsep tanggung jawab sangat penting dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan konsumsi, selain juga demi kepentingan umum. Dalam Islam, pertanggungjawaban mengacu pada kesadaran bahwa setiap orang akan dimintai pertanggungjawaban atas perbuatannya di hadapan Allah SWT. Pada dasarnya, kekayaan manusia adalah amanah yang harus dikelola dan dimanfaatkan sesuai dengan perintah Allah, bukan milik mutlak seseorang. Oleh karena itu, setiap pilihan yang berkaitan dengan penggunaan kekayaan harus diambil dengan bijaksana dan penuh pertimbangan.

Prinsip pertanggungjawaban mendorong umat Islam untuk selalu mempertimbangkan dampak dari setiap pengeluaran yang mereka lakukan. Seorang Muslim tidak diperbolehkan menghabiskan uangnya untuk barang-barang yang dilarang atau tidak berguna. Selain itu, Islam melarang israf (berlebihan) dan tabdzir (pemborosan) karena keduanya menandakan penggunaan sumber daya yang sembarangan. Menurut Al-Qur'an, orang-orang yang boros adalah saudara-saudara setan karena mereka menyalahgunakan nikmat yang telah Allah SWT berikan kepada mereka. Oleh karena itu, prinsip pertanggungjawaban menekankan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Kemampuan seseorang untuk memprioritaskan pengeluarannya juga berkaitan dengan tanggung jawab dalam berbelanja. Pelanggan Muslim disarankan untuk memprioritaskan kebutuhan pokok di atas kebutuhan sekunder dan tersier. Strategi ini membantu orang menghindari kebiasaan belanja yang dapat mengancam keamanan finansial mereka. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan seseorang menyisihkan sebagian dari penghasilannya untuk kegiatan sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Dengan demikian, konsep pertanggungjawaban tidak hanya merujuk pada kewajiban terhadap diri sendiri, tetapi juga pada tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar (Arsyianti, 2016).

Karena sebagian besar mahasiswa memiliki keterbatasan finansial, konsep akuntabilitas sangat relevan dalam konteks kehidupan mahasiswa. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kewajiban

akademik mereka, mahasiswa harus mengelola uang saku atau penghasilan mereka secara efisien. Mahasiswa yang menyadari kewajiban finansial mereka cenderung menghindari pembelian yang tidak perlu dan lebih fokus pada pengeluaran yang akan memberikan manfaat jangka panjang. Beberapa contohnya antara lain membeli buku, mengikuti sesi pelatihan, atau berinvestasi dalam pengembangan keterampilan yang akan membantu mereka di masa depan.

Penerapan prinsip tanggung jawab dalam konsumsi juga menghadapi tantangan baru akibat perkembangan teknologi digital. Karena kecepatan dan kemudahan proses pembelian, perilaku konsumerisme sering kali didorong oleh kemudahan transaksi melalui berbagai platform digital dan penyedia layanan pembayaran elektronik. Berbagai promosi, diskon, dan opsi pembayaran cicilan dapat memengaruhi orang untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan sesungguhnya. Konsep pertanggungjawaban berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri dalam situasi tersebut, sehingga memungkinkan konsumen untuk terus membuat pilihan yang rasional dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dalam menentukan perilaku konsumen yang optimal, konsep akuntabilitas dan kesejahteraan umum pada dasarnya saling melengkapi. Sementara akuntabilitas menekankan tanggung jawab moral dalam setiap penggunaan sumber daya, kesejahteraan umum berfokus pada pencapaian manfaat dan meminimalkan kerugian. Ketika kedua gagasan ini digabungkan, masyarakat akan lebih mampu membuat pilihan konsumsi yang tidak hanya menguntungkan diri sendiri, tetapi juga masyarakat dan lingkungan. Konsumsi kini dipandang sebagai aktivitas yang memiliki nilai sosial, moral, dan spiritual, bukan sekadar cara untuk memuaskan kebutuhan yang tak terbatas.

Menerapkan kedua gagasan ini juga membantu menciptakan kesejahteraan ekonomi yang lebih adil. Pelanggan yang mengutamakan akuntabilitas dan kepentingan bersama umumnya menghindari konsumsi berlebihan, sehingga memungkinkan penggunaan sumber daya yang lebih efektif. Selain itu, mereka cenderung lebih bersedia berbagi dengan orang lain melalui berbagai kegiatan sosial. Tindakan semacam itu dapat meningkatkan kohesi sosial dan mengurangi ketimpangan ekonomi di masyarakat. Akibatnya, konsep kesejahteraan publik dan akuntabilitas membantu membangun sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan, sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat.

Dari sudut pandang ekonomi Islam, konsep tanggung jawab dan kepentingan umum berfungsi sebagai pilar penting dalam pengambilan keputusan terkait konsumsi. Sementara akuntabilitas membuat orang sadar bahwa mereka akan dimintai pertanggungjawaban atas setiap penggunaan kekayaan mereka, kepentingan umum mengarahkan orang untuk memilih produk dan layanan yang memberikan manfaat serta mencegah kerugian. Konsumsi dapat dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan yang seimbang antara tujuan material dan spiritual dengan menerapkan kedua konsep tersebut. Prinsip-prinsip kepentingan umum dan pertanggungjawaban tetap relevan sebagai pedoman dalam membentuk perilaku konsumsi yang bertanggung jawab, beretika, dan sesuai syariah, meskipun terdapat berbagai hambatan dalam pola konsumsi masa kini.

Peran Harga, Pendapatan, dan Preferensi pada Konsumsi Mahasiswa

Salah satu aktivitas ekonomi yang tak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa adalah konsumsi. Mahasiswa memiliki beragam kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai individu yang sedang menempuh pendidikan, mulai dari kebutuhan intelektual seperti buku, alat tulis, perangkat teknologi, dan koneksi

internet, hingga kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi dan non-ekonomi saat memilih produk dan layanan yang akan dibeli. Harga, tingkat kekayaan, dan selera merupakan beberapa aspek terpenting. Kebiasaan konsumsi mahasiswa serta cara mereka mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan mereka sangat dipengaruhi oleh ketiga unsur tersebut.

Keputusan konsumsi mahasiswa sebagian besar dipengaruhi oleh harga. Menurut teori ekonomi, harga suatu barang atau jasa mewakili biaya yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat darinya. Karena anggaran mereka yang umumnya terbatas, mahasiswa sangat sensitif terhadap fluktuasi harga. Kemampuan mahasiswa untuk membeli suatu barang cenderung menurun seiring dengan kenaikan harganya. Di sisi lain, permintaan terhadap produk tersebut biasanya meningkat ketika harga turun karena produk tersebut menjadi lebih terjangkau. Dalam ilmu ekonomi, hubungan terbalik antara jumlah yang diminta dan harga ini disebut sebagai hukum permintaan.

Kecenderungan mahasiswa untuk mencari opsi yang lebih murah sebelum melakukan pembelian menunjukkan kepekaan mereka terhadap harga. Misalnya, untuk menemukan pilihan yang paling hemat biaya, mahasiswa sering membandingkan harga produk di berbagai toko ritel atau platform daring. Selain itu, mereka sering memanfaatkan potongan harga, promosi pengiriman gratis, program loyalitas, dan diskon yang ditawarkan oleh berbagai penyedia produk dan layanan. Karena hal ini berkaitan langsung dengan anggaran mahasiswa yang terbatas, perilaku ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor utama dalam pengambilan keputusan konsumen.

Harga dapat memengaruhi keputusan mahasiswa terkait merek atau kualitas produk, selain juga jumlah yang mereka beli. Mahasiswa sering kali memilih barang yang lebih murah ketika anggaran mereka terbatas, meskipun kualitasnya tidak selalu sebanding dengan barang yang lebih mahal. Meskipun demikian, sebagian mahasiswa bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk barang-barang tertentu jika mereka menganggap barang tersebut akan memberikan manfaat lebih, seperti gadget teknologi atau perlengkapan sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai manfaat yang mereka peroleh dari suatu produk memengaruhi pola konsumsi, selain faktor harga (Kotler & Keller, 2019).

Faktor kedua yang memiliki peran penting dalam konsumsi mahasiswa adalah pendapatan. Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima seseorang dalam periode tertentu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam konteks mahasiswa, pendapatan dapat berasal dari uang saku orang tua, beasiswa, pekerjaan paruh waktu, usaha pribadi, maupun sumber lainnya. Tingkat pendapatan sangat menentukan kemampuan mahasiswa dalam melakukan konsumsi karena pendapatan menjadi sumber utama pembiayaan berbagai kebutuhan sehari-hari.

Mahasiswa dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi umumnya memiliki kemampuan konsumsi yang lebih besar dibandingkan mahasiswa dengan pendapatan yang lebih rendah. Mereka dapat membeli barang dan jasa dengan kualitas yang lebih baik serta memiliki pilihan konsumsi yang lebih luas. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki pendapatan terbatas cenderung lebih selektif dalam menentukan prioritas pengeluaran dan lebih berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh langsung terhadap daya beli mahasiswa dan menentukan pola konsumsi yang mereka lakukan.

Perubahan pendapatan juga dapat memengaruhi struktur konsumsi mahasiswa. Ketika pendapatan meningkat, mahasiswa tidak hanya meningkatkan jumlah konsumsi tetapi juga cenderung mengonsumsi

barang dan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi. Misalnya, mahasiswa yang memperoleh tambahan pendapatan dari beasiswa atau pekerjaan sampingan mungkin akan meningkatkan pengeluaran untuk kebutuhan pendidikan, hiburan, transportasi, atau bahkan investasi pribadi. Sebaliknya, ketika pendapatan mengalami penurunan, mahasiswa biasanya akan mengurangi pengeluaran yang dianggap kurang penting dan lebih memfokuskan anggaran pada kebutuhan utama. Fenomena ini sesuai dengan teori konsumsi yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi seseorang sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan yang dimiliki.

Di era digital saat ini, sumber pendapatan mahasiswa semakin beragam. Banyak mahasiswa yang memperoleh tambahan pendapatan melalui pekerjaan freelance, bisnis online, pembuatan konten digital, maupun kegiatan ekonomi berbasis teknologi lainnya. Tambahan pendapatan tersebut memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi. Namun, peningkatan pendapatan tidak selalu diikuti oleh peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan. Tidak sedikit mahasiswa yang menggunakan tambahan pendapatan untuk konsumsi yang bersifat impulsif sehingga tidak memberikan manfaat jangka panjang. Oleh karena itu, selain pendapatan, kemampuan mengelola keuangan juga menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas keputusan konsumsi mahasiswa.

Selain harga dan pendapatan, preferensi merupakan faktor lain yang sangat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan atau pilihan individu terhadap barang dan jasa tertentu berdasarkan selera, kebutuhan, pengalaman, nilai, maupun pengaruh lingkungan sosial. Dalam teori perilaku konsumen, preferensi menentukan bagaimana seseorang memilih satu produk dibandingkan produk lainnya ketika dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan.

Preferensi mahasiswa dibentuk oleh berbagai faktor, seperti budaya, keluarga, lingkungan pertemanan, media sosial, perkembangan teknologi, serta gaya hidup yang berkembang dalam masyarakat. Misalnya, mahasiswa yang memiliki minat tinggi terhadap teknologi akan cenderung mengalokasikan pengeluaran yang lebih besar untuk membeli perangkat elektronik atau aplikasi digital. Sebaliknya, mahasiswa yang lebih menyukai kegiatan akademik mungkin lebih banyak menginvestasikan uangnya untuk membeli buku, mengikuti pelatihan, atau menghadiri seminar yang mendukung pengembangan diri.

Pengaruh media sosial terhadap preferensi konsumsi mahasiswa juga semakin kuat dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai platform digital memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi mengenai produk, tren, dan gaya hidup secara cepat. Paparan konten dari influencer, selebritas, maupun teman sebaya sering kali membentuk preferensi baru yang memengaruhi keputusan pembelian. Dalam banyak kasus, mahasiswa membeli suatu produk bukan hanya karena kebutuhan fungsional, tetapi juga karena ingin mengikuti tren atau memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial.

Preferensi juga berperan dalam menentukan respons mahasiswa terhadap perubahan harga dan pendapatan. Produk yang sangat disukai atau dianggap penting oleh mahasiswa cenderung tetap dibeli meskipun harganya meningkat. Sebaliknya, produk yang tidak memiliki nilai penting dalam preferensi mereka akan lebih mudah ditinggalkan ketika terjadi kenaikan harga. Dengan kata lain, preferensi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh harga terhadap keputusan konsumsi. Demikian pula, ketika

pendapatan meningkat, mahasiswa akan cenderung meningkatkan konsumsi pada produk yang sesuai dengan preferensi mereka dibandingkan produk yang kurang diminati.

Dalam praktiknya, harga, pendapatan, dan preferensi tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk keputusan konsumsi mahasiswa. Mahasiswa akan mempertimbangkan harga suatu barang berdasarkan kemampuan finansial yang dimiliki serta tingkat kesukaan mereka terhadap barang tersebut. Sebuah produk yang memiliki harga terjangkau dan sesuai dengan preferensi konsumen akan memiliki peluang lebih besar untuk dipilih dibandingkan produk yang mahal atau tidak sesuai dengan kebutuhan dan selera. Oleh karena itu, pemahaman mengenai hubungan ketiga faktor tersebut sangat penting dalam menjelaskan perilaku konsumsi mahasiswa.

Dari perspektif ekonomi Islam, keputusan konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh harga, pendapatan, dan preferensi, tetapi juga oleh nilai-nilai syariah yang menjadi pedoman dalam menggunakan harta. Mahasiswa Muslim dianjurkan untuk mengonsumsi barang yang halal dan bermanfaat serta menghindari perilaku berlebihan atau pemborosan. Dengan demikian, meskipun harga terjangkau, pendapatan memadai, dan preferensi terhadap suatu produk tinggi, keputusan konsumsi tetap harus mempertimbangkan aspek etika dan kemaslahatan. Pendekatan ini bertujuan agar aktivitas konsumsi tidak hanya memberikan kepuasan duniawi, tetapi juga mendukung tercapainya kesejahteraan yang seimbang antara aspek material dan spiritual.

Secara keseluruhan, harga, pendapatan, dan preferensi merupakan faktor utama yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Harga menentukan keterjangkauan suatu produk, pendapatan menentukan kemampuan membeli, sedangkan preferensi menentukan pilihan dan tingkat ketertarikan terhadap produk tertentu. Interaksi ketiga faktor tersebut membentuk perilaku konsumsi yang beragam di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai pengaruh harga, pendapatan, dan preferensi dapat membantu mahasiswa mengambil keputusan konsumsi yang lebih rasional, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya.

KESIMPULAN

Dari sudut pandang ekonomi Islam, konsumsi merupakan bagian dari ibadah yang harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, selain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pokok. Oleh karena itu, kepentingan umum dan pertanggungjawaban harus menjadi landasan bagi semua keputusan konsumen. Konsep kepentingan umum mengarahkan masyarakat untuk memilih produk dan jasa yang halal, bermanfaat, serta tidak berdampak negatif terhadap lingkungan, masyarakat, atau diri mereka sendiri. Sementara itu, prinsip pertanggungjawaban menanamkan kesadaran bahwa setiap penggunaan harta merupakan amanah yang akan dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, konsumsi harus dilakukan secara bijaksana, hemat, dan sesuai dengan kebutuhan.

Keputusan konsumsi dalam kehidupan mahasiswa dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk harga, pendapatan, dan preferensi. Harga menentukan keterjangkauan suatu produk, pendapatan memengaruhi daya beli, dan preferensi memengaruhi keputusan pembelian serta perilaku konsumen. Ketiga faktor ini saling berinteraksi secara konsisten untuk menentukan pola konsumsi mahasiswa. Namun, dalam ekonomi Islam, faktor-faktor ini harus diseimbangkan oleh syariat Islam agar konsumsi tidak hanya berfokus pada konsumsi material, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih luas.

Sebagai konsumen, mahasiswa harus mengembangkan kebiasaan konsumsi yang rasional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan syariat Islam. Penerapan prinsip-prinsip kemaslahatan dan akuntabilitas, seperti pemahaman yang baik mengenai dampak harga, pendapatan, dan preferensi, akan membantu mahasiswa mengambil keputusan konsumsi yang lebih efektif, mencegah pemborosan, serta mendorong pengembangan aspek-aspek ekonomi, sosial, dan spiritual yang saling terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. (2015). Akad dan Produk Bank Syariah. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2016). Ekonomi Pembangunan Syariah. In *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Dr. Prilla Kurnia Ningsih, Lc., M. E. S. (2021). Fiqh Muamalah. In *Depok Rajawali Pers*.
- Haryanto, T., & Azizah, S. N. (2021). Pengantar Praktis: Pemasaran Digital. In *UM Purwokerto Press*.
- Hasanah, D. (2024). Prinsip Akad Dalam Hukum Ekonomi Syariah dan Implikasinya Dalam Transaksi Bisnis. *Justisia: Journal of Legal Studies, Vol. 2*(No. 2), 51–58.
- Husaeni, U. A., Jayengsari, R., & Zakiah, S. (2021). THE INFLUENCE OF ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE AND INTERNAL CONTROL ON INDICATIONS OF FRAUD IN. *IJIBE (International Journal Of Islamic Business Ethics), 6*(2), 92–103.
- Ikram, M. F., & Ridwan, S. (2023). Pengelolaan Zakat , Infak , dan Sedekah Dalam Islam. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol 10*(Nomor 2), 848–852.
- Karim, O. S. dan A. A. (2021). Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam. *Depok: Rajawali Pers*.
- Makmun, H., Said, M., Fachrudin, A. P., Faisal, C., |51, A., Faisal Anwar, C., Tinggi, S., Islam, A., Badar, A., & Purwakarta, C. (2023). Konsep Hak Asasi Manusia dalam Perspektif Islam dan Barat. *IQTISHAD SHARIA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keuangan Islam, 1*(4), 51–61. <https://journal.albadar.ac.id/index.php/iqtishadsharia>
- Raehani, N., Layuk, H. A., & Kamaruddin, K. (2025). Peran Bank Syariah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam Di Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, 8*, 537–543. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41518>
- Rita Nurmalina, Yanti N. Muflikh, S. (2024). Pengantar : Konsep Rantai Pasok Agribisnis. In *Bogor: IPB Press* (Issue November).
- Shofwan, A. S., & Oktapiani, A. M. (2021). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pengguna Marketplace Shopee di Provinsi Jawa Barat). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol XII No*(3), 365–372.
- Sudirman, A., Juliansyah, R., Pinem, D., Surya Maha Rianti, T., Yusuf, M., Sakti Putra Harahap, R., Yuningsih, E., Ariyanto, A., Nugroho, H., Tegar Widjiantoro, S., & Bakti, R. (2022). Elastisitas Permintaan. In *Pengantar Ekonomi Mikro* (Vol. 1). www.penerbitwidina.com
- Wanty Nurkholifah, Selly Ismi Safitri, Indah Nur Aulia, Rahmawati, P. (2025). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2022 Universitas Lampung. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang, 11*(September).
- Winda Lestari Siregar, Syafrijon, Ganefri, Asmar Yulastri, Giatman, Ambiyar, N. J. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di e-Commerce. *Indonesian Journal of Computer Science, 12*(1), 4110–4119.
- Zakiah, S. (2022). TEORI KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Selviana. *EL-ECOSY: JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM, 02*(02), 180–194.