

# IMPLEMENTASI PEMAHAMAN KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM TERHADAP PERMINTAAN BARANG DAN JASA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN GORONTALO

Abdul Latif<sup>1</sup>, Nur Hikmah Dai<sup>2</sup>

IAIN Sultan Amai Gorontalo

e-mail: [abdullatif1003@gmail.com](mailto:abdullatif1003@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurhikmahdai@gmail.com](mailto:nurhikmahdai@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstrak** – penelitian ini membahas implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali pemahaman mahasiswa tentang konsumsi dalam ekonomi Islam, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumsi mereka, dan pengalaman mereka dalam menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa, mendorong mereka untuk lebih selektif dalam pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan dasar serta produk yang halal dan thayyib. Mahasiswa yang memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam cenderung lebih peduli terhadap nilai-nilai kesejahteraan sosial dan investasi jangka panjang, seperti pendidikan dan pengembangan diri, daripada konsumsi jangka pendek. Mereka juga menghindari riba dan praktik haram lainnya, memilih layanan keuangan syariah sebagai alternatif. Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan barang dan jasa mahasiswa, meliputi pendapatan, preferensi dan kebutuhan, serta pengaruh sosial budaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ekonomi Islam dan kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi dan kebijakan yang efektif dalam mendorong konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang adil dan berkelanjutan berdasarkan nilai-nilai Islam.

**Kata Kunci:** Ekonomi Islam, Implementasi, Konsumsi, Mahasiswa, Permintaan.

*Abstract* – This research discusses the implementation of consumption understanding in Islamic economics on the demand for goods and services among students of the Islamic Economics Department at IAIN Gorontalo. This research uses a qualitative approach with a case study method to explore students' understanding of consumption in Islamic economics, the factors influencing their consumption decisions, and their experiences in applying Islamic consumption principles. The research results show that the understanding of consumption in Islamic economics has a significant influence on students' consumption patterns, encouraging them to be more selective in their spending and to prioritize basic needs as well as halal and thayyib products. Students who understand the principles of Islamic economics tend to be more concerned with social welfare values and long-term investments, such as education and self-development, rather than short-term consumption. They also avoid usury and other unlawful practices, opting for Sharia-compliant financial services as an alternative. This research identifies the factors influencing the demand for goods and services among students, including income, preferences and needs, as well as socio-cultural influences. This research is expected to make a significant contribution to the development of the Islamic economy and the welfare of society. The results of this research can be used as a basis for developing effective strategies and policies to encourage responsible and sustainable consumption among students, as well as contribute to fair and sustainable economic development based on Islamic values.

**Keywords:** Demand, Islamic Economics, Implementation, Consumption, Students.

## PENDAHULUAN

Ekonomi Islam, sebagai sistem ekonomi yang berlandaskan ajaran Islam, menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengatur aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi. Berbeda dengan ekonomi konvensional yang cenderung mengedepankan prinsip utilitas dan maksimisasi keuntungan semata, ekonomi Islam menekankan aspek etika, keadilan, dan

keseimbangan dalam setiap transaksi ekonomi (Habibi, 2022). Pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan materi semata, tetapi juga mencakup aspek spiritual dan sosial. Implementasi prinsip-prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki implikasi yang signifikan terhadap pola permintaan barang dan jasa, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai kelompok konsumen yang dinamis dan berpengaruh (Fauzan, M., Majid, M. S. A., & Harahap, 2024).

Mahasiswa, sebagai kelompok usia produktif dengan daya beli yang relatif tinggi (tergantung pada sumber pendapatan mereka, seperti beasiswa, pekerjaan paruh waktu, atau dukungan orang tua), memainkan peran penting dalam perekonomian. Permintaan barang dan jasa mereka beragam, mulai dari kebutuhan primer seperti makanan dan tempat tinggal hingga kebutuhan sekunder dan tersier seperti buku, gadget, hiburan, dan perjalanan. Namun, pola konsumsi mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti tren, tekanan sosial, dan iklan, yang terkadang mengabaikan aspek etika dan keberlanjutan. Di sinilah peran ekonomi Islam menjadi krusial, menawarkan panduan moral dan etis dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Prinsip-prinsip dasar konsumsi dalam ekonomi Islam, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi), memberikan batasan yang jelas terhadap jenis barang dan jasa yang boleh dikonsumsi. Hal ini mendorong terciptanya pasar yang lebih adil dan transparan, di mana konsumen terlindungi dari praktik-praktik ekonomi yang merugikan (Jah, 2024). Selain itu, konsep halal dan haram dalam Islam juga membatasi pilihan konsumsi, mendorong konsumen untuk memilih produk dan jasa yang sesuai dengan syariat Islam. Implementasi prinsip-prinsip ini di kalangan mahasiswa dapat membentuk pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Lebih lanjut, ekonomi Islam menekankan pentingnya zakat dan sedekah sebagai mekanisme redistribusi kekayaan. Zakat, sebagai kewajiban bagi muslim yang mampu, bertujuan untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dan membantu mereka yang membutuhkan. Sedekah, sebagai tindakan sukarela, juga mendorong kepedulian sosial dan berbagi dengan sesama (Nury, 2024). Bagi mahasiswa, pemahaman dan penerapan zakat dan sedekah dapat membentuk pola konsumsi yang lebih peduli terhadap lingkungan sosial dan mengurangi pemborosan. Mereka dapat mengalokasikan sebagian pendapatan mereka untuk membantu masyarakat yang kurang beruntung, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi semata.

Namun, implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam di kalangan mahasiswa menghadapi berbagai tantangan. Kurangnya pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, akses terbatas terhadap produk dan jasa halal, serta pengaruh kuat dari budaya konsumerisme modern merupakan beberapa hambatan yang perlu diatasi (Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khoirullah, 2024). Peran pendidikan dan sosialisasi menjadi sangat penting dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam pengambilan keputusan konsumsi (Mujib et al., 2022).

Di Kabupaten Gorontalo terdapat salah satu perguruan tinggi keagamaan Islam negeri, yang dikenal dengan nama IAIN Sultan Amai Gorontalo, yang mana di kampus IAIN Gorontalo ini terdapat salah satu fakultas, yakni fakultas ekonomi dan bisnis Islam yang didalamnya terdapat jurusan ekonomi syariah, yang mana mahasiswa-mahasiswa yang ada dalam jurusan tersebut, fokus membahas tentang hal-hal yang berkaitan dengan ilmu ekonomi yang ditinjau dari sudut pandang agama Islam, seperti konsumsi dalam Islam, distribusi dalam Islam dan permintaan dalam perspektif Islam. Akan tetapi dalam prakteknya sendiri, masih terdapat beberapa mahasiswa yang belajar mengenai teori

permintaan dan konsumsi dalam Islam, belum mampu menerapkan secara maksimal teori permintaan dan konsumsi ekonomi Islam dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa di kehidupan sehari-harinya

Oleh karena itu, penelitian tentang implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa IAIN Gorontalo menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang pola konsumsi mahasiswa, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta implikasi dari penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam terhadap pola permintaan mereka. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi dan kebijakan yang efektif dalam mendorong konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang adil dan berkelanjutan berdasarkan nilai-nilai Islam. Studi ini juga akan meneliti bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum perguruan tinggi untuk membentuk generasi mahasiswa yang lebih sadar dan bertanggung jawab dalam hal konsumsi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ekonomi Islam dan kesejahteraan masyarakat.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo. Pilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memahami secara mendalam fenomena konsumsi mahasiswa dalam konteks nilai-nilai Islam. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna dan interpretasi dari perspektif mahasiswa, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pola konsumsi mereka (Tuti Supatminingsih et al., 2023). Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara dengan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo, baik secara individual maupun kelompok, untuk menggali pemahaman mereka tentang konsumsi dalam ekonomi Islam, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumsi mereka, dan pengalaman mereka dalam menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam. Selain itu, Peneliti juga mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan, seperti buku, jurnal, dan materi kuliah, untuk memperoleh data tentang konsep konsumsi dalam ekonomi Islam dan teori permintaan barang dan jasa. Penelitian ini akan dilakukan di lingkungan kampus IAIN Gorontalo, dengan melibatkan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah sebagai subjek penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ekonomi Islam dan kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi dan kebijakan yang efektif dalam mendorong konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang adil dan berkelanjutan berdasarkan nilai-nilai Islam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggali implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam terhadap permintaan barang dan jasa di kalangan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa, mendorong mereka untuk lebih selektif dalam pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan dasar serta produk yang halal dan *thayyib*. Mahasiswa yang memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam cenderung lebih peduli terhadap nilai-nilai kesejahteraan sosial dan investasi jangka panjang,

seperti pendidikan dan pengembangan diri, daripada konsumsi jangka pendek. Mereka juga menghindari riba dan praktik haram lainnya, memilih layanan keuangan syariah sebagai alternatif.

### **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Barang Dan Jasa Mahasiswa IAIN Gorontalo**

Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan barang dan jasa mahasiswa, meliputi.

#### **Pendapatan mahasiswa**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pendapatan mahasiswa baik dari orang tua, beasiswa, atau pekerjaan paruh waktu, memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi. Mahasiswa dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih konsumtif. Pendapatan mahasiswa merupakan faktor krusial yang menentukan pola konsumsi dan permintaan barang serta jasa di kalangan mereka. Sebagai kelompok usia produktif dengan kebutuhan yang beragam, mahasiswa menghadapi dinamika tersendiri dalam mengelola keuangan dan memenuhi kebutuhan hidup. Tingkat pendapatan mahasiswa yang bervariasi, baik yang berasal dari beasiswa, pekerjaan paruh waktu, atau dukungan orang tua, secara langsung mempengaruhi kemampuan dan preferensi mereka dalam memilih dan mengkonsumsi barang dan jasa.

Secara umum, semakin tinggi pendapatan mahasiswa, semakin besar kemampuan mereka untuk membeli barang dan jasa, baik yang bersifat kebutuhan maupun keinginan. Mereka cenderung memiliki pilihan yang lebih luas dalam memenuhi kebutuhan primer seperti makanan, tempat tinggal, dan transportasi, serta kebutuhan sekunder seperti buku, gadget, hiburan, dan perjalanan. Peningkatan pendapatan juga dapat mendorong mahasiswa untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dengan memilih produk dan jasa yang lebih premium.

Namun, pengaruh pendapatan terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa tidak selalu linier. Faktor-faktor lain seperti preferensi, gaya hidup, dan tekanan sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi mereka. Misalnya, mahasiswa dengan pendapatan rendah mungkin lebih cenderung untuk memprioritaskan kebutuhan primer dan menunda pemenuhan kebutuhan sekunder. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan tinggi mungkin lebih fokus pada pemenuhan keinginan dan gaya hidup, bahkan jika hal itu berarti mengorbankan kebutuhan primer.

Selain itu, pengaruh pendapatan terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan sosial. Mahasiswa dengan pendapatan tinggi mungkin merasakan tekanan sosial untuk mengikuti tren dan gaya hidup tertentu, yang mendorong mereka untuk membeli barang dan jasa yang dianggap prestisius. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan rendah mungkin merasa terbebani oleh tekanan sosial dan cenderung untuk menghemat pengeluaran mereka.

Pengaruh pendapatan terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa juga dapat dibedakan berdasarkan jenis barang dan jasa yang dibeli. Untuk kebutuhan primer seperti makanan dan tempat tinggal, pengaruh pendapatan cenderung lebih kuat, karena kebutuhan ini bersifat esensial dan tidak dapat ditunda. Sebaliknya, untuk kebutuhan sekunder dan tersier seperti hiburan dan perjalanan, pengaruh pendapatan mungkin lebih lemah, karena kebutuhan ini bersifat fleksibel dan dapat dikurangi atau ditunda.

Sebagai kesimpulan, pengaruh pendapatan mahasiswa terhadap permintaan barang dan jasa merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini sangat penting untuk memahami pola konsumsi mahasiswa dan merumuskan strategi pemasaran yang

efektif. Selain itu, penting untuk mendorong mahasiswa untuk mengelola keuangan mereka dengan bijak dan bertanggung jawab, agar mereka dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka secara seimbang dan berkelanjutan

### **Preferensi dan Kebutuhan.**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Kebutuhan dasar, seperti makanan, tempat tinggal, dan kesehatan, harus dipenuhi terlebih dahulu. Setelah itu, muncul kebutuhan akan keamanan, afiliasi, penghargaan, dan aktualisasi diri. Keinginan mahasiswa, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, dapat menjadi tidak sejalan dengan kemampuan finansial atau waktu yang tersedia. Permintaan barang dan jasa mahasiswa merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk preferensi dan kebutuhan. Preferensi merujuk pada keinginan atau pilihan individu terhadap suatu barang atau jasa, sedangkan kebutuhan merupakan hal yang esensial untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan. Kedua faktor ini saling terkait dan memainkan peran penting dalam menentukan pola konsumsi mahasiswa.

Preferensi mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tren, gaya hidup, pengaruh teman sebaya, dan media sosial. Tren fashion, musik, teknologi, dan makanan yang sedang populer dapat mendorong mahasiswa untuk membeli barang dan jasa tertentu. Gaya hidup yang ingin mereka proyeksikan, seperti gaya hidup modern, minimalis, atau bohemian, juga dapat memengaruhi pilihan mereka. Pengaruh teman sebaya dan media sosial dapat memperkuat preferensi ini, karena mahasiswa sering kali terdorong untuk mengikuti tren dan gaya hidup yang dianggap "keren" oleh kelompok mereka.

Kebutuhan mahasiswa, di sisi lain, lebih bersifat fundamental dan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar seperti makanan, tempat tinggal, pendidikan, dan kesehatan. Namun, kebutuhan mahasiswa juga dapat berkembang seiring dengan tingkat pendidikan dan aspirasi mereka. Mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi mungkin membutuhkan buku, komputer, internet, dan akses ke fasilitas belajar lainnya. Kebutuhan mereka juga dapat mencakup kebutuhan sosial, seperti hiburan, rekreasi, dan kegiatan sosial lainnya.

Permintaan barang dan jasa mahasiswa dipengaruhi oleh interaksi antara preferensi dan kebutuhan. Mahasiswa akan cenderung memilih barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan mereka sekaligus sesuai dengan preferensi mereka. Misalnya, mahasiswa yang membutuhkan komputer untuk belajar akan cenderung memilih komputer yang memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, tetapi juga memiliki desain dan fitur yang menarik bagi mereka. Mereka juga mungkin memilih untuk membeli komputer di toko yang menawarkan harga yang kompetitif dan layanan purna jual yang baik.

Pengaruh preferensi dan kebutuhan terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa dapat diilustrasikan melalui beberapa contoh. Mahasiswa yang gemar berolahraga mungkin akan lebih banyak menghabiskan uang untuk membeli sepatu olahraga, pakaian olahraga, dan peralatan olahraga lainnya. Mahasiswa yang aktif di media sosial mungkin akan lebih banyak menghabiskan uang untuk membeli smartphone, internet, dan aplikasi media sosial. Mahasiswa yang peduli dengan lingkungan mungkin akan lebih banyak menghabiskan uang untuk membeli produk ramah lingkungan, seperti tas belanja reusable, botol minum stainless steel, dan produk organik.

Singkatnya, preferensi dan kebutuhan memainkan peran penting dalam menentukan permintaan barang dan jasa mahasiswa. Preferensi mahasiswa dipengaruhi oleh tren, gaya hidup, pengaruh teman sebaya, dan media sosial, sedangkan kebutuhan mereka lebih bersifat fundamental dan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar dan aspirasi mereka. Para pelaku bisnis dan pemasar harus memahami interaksi antara preferensi dan kebutuhan

mahasiswa agar dapat mengembangkan produk dan jasa yang lebih sesuai dengan target pasar mereka dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif

### **Pengaruh Sosial Budaya**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Lingkungan sosial, teman sebaya, dan budaya konsumerisme juga memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Lingkungan sosial yang mendukung perilaku konsumtif yang rasional dan berkelanjutan dapat membantu mahasiswa membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam hal pengeluaran mereka. Budaya konsumerisme, yang mendorong individu untuk mengkonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan aspirasi sosial, dapat menciptakan tekanan untuk berpartisipasi dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Permintaan barang dan jasa mahasiswa merupakan cerminan dari dinamika sosial budaya yang terjadi di lingkungan mereka. Mahasiswa, sebagai kelompok usia muda yang aktif dan dinamis, sangat rentan terhadap pengaruh tren dan norma sosial yang berkembang. Faktor-faktor sosial budaya, seperti gaya hidup, nilai-nilai, dan budaya populer, memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumsi mereka, membentuk pola permintaan yang unik dan spesifik.

Gaya hidup mahasiswa, yang dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan, status sosial, dan aspirasi masa depan, memainkan peran penting dalam menentukan jenis barang dan jasa yang mereka inginkan. Tren fashion, teknologi, dan hiburan menjadi faktor utama yang mendorong permintaan terhadap produk-produk tertentu. Misalnya, mahasiswa yang mengikuti tren fashion terkini cenderung memiliki permintaan yang tinggi terhadap pakaian, aksesoris, dan sepatu yang sesuai dengan tren tersebut. Demikian pula, mahasiswa yang gemar bermain game online akan memiliki permintaan yang tinggi terhadap perangkat gaming, internet, dan layanan streaming game.

Nilai-nilai yang dianut oleh mahasiswa juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap pola konsumsi mereka. Mahasiswa yang memiliki nilai-nilai religius cenderung memilih produk dan jasa yang halal dan sesuai dengan ajaran agama mereka. Mereka juga cenderung lebih peduli terhadap aspek sosial dan lingkungan, sehingga lebih memilih produk yang ramah lingkungan dan mendukung usaha-usaha sosial. Nilai-nilai individualisme, seperti keinginan untuk tampil berbeda dan mengekspresikan diri, juga dapat mendorong permintaan terhadap produk-produk yang unik dan eksklusif.

Budaya populer, yang meliputi musik, film, dan selebriti, juga memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa. Mahasiswa cenderung mengikuti tren yang dipopulerkan oleh artis favorit mereka, baik dalam hal fashion, musik, atau gaya hidup. Iklan dan promosi yang memanfaatkan budaya populer juga sangat efektif dalam mempengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa. Misalnya, iklan produk makanan dan minuman yang menampilkan artis populer dapat mendorong mahasiswa untuk membeli produk tersebut.

Peran media sosial dalam menyebarkan tren dan informasi juga tidak dapat diabaikan. Media sosial menjadi platform utama bagi mahasiswa untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengikuti tren terkini. Pengaruh media sosial terhadap pola konsumsi mahasiswa dapat terlihat dari fenomena "viral" yang sering terjadi. Produk dan jasa yang dipromosikan melalui media sosial, baik melalui influencer atau iklan online, cenderung memiliki permintaan yang tinggi di kalangan mahasiswa.

Sebagai kesimpulan, pengaruh sosial budaya terhadap permintaan barang dan jasa mahasiswa merupakan faktor yang kompleks dan dinamis. Gaya hidup, nilai-nilai, budaya populer, dan media sosial memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi mereka. Memahami pengaruh ini sangat penting bagi para pelaku bisnis yang ingin menjangkau pasar mahasiswa. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi mahasiswa,

bisnis dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan menawarkan produk dan jasa yang sesuai dengan nilai-nilai dan gaya hidup mereka.

## **Pembahasan**

### **Implementasi Pemahaman Ekonomi Islam Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo Terhadap Permintaan Barang dan Jasa Yang Mereka Lakukan**

Implementasi pemahaman konsumsi ekonomi Islam oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo terhadap permintaan barang dan jasa mereka merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Pemahaman ini, yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariat Islam, tidak hanya sebatas pengetahuan teoritis, tetapi juga bermanifestasi dalam perilaku konsumsi nyata. Analisis mendalam diperlukan untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip seperti halal-haram, kebutuhan, keinginan, kearifan dalam berbelanja, dan zakat, berinteraksi dan membentuk pola permintaan barang dan jasa di kalangan mahasiswa ini.

Pertama, prinsip halal-haram menjadi landasan utama dalam pengambilan keputusan konsumsi. Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo, yang secara intensif mempelajari hukum Islam, lebih cenderung menghindari barang dan jasa yang diharamkan, seperti produk yang mengandung unsur babi, minuman beralkohol, dan jasa yang berkaitan dengan riba. Mereka akan aktif mencari sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman, serta meneliti legalitas syariah dari layanan keuangan yang mereka gunakan. Hal ini menunjukkan kesadaran tinggi akan kepatuhan syariat dan dampaknya terhadap kehidupan mereka. Namun, aksesibilitas produk halal dan informasi terkait halal-haram masih menjadi tantangan. Terkadang, keterbatasan pilihan produk halal, terutama di daerah tertentu, dapat membatasi pilihan konsumsi dan meningkatkan biaya.

Kedua, pemahaman tentang kebutuhan versus keinginan memainkan peran penting. Prinsip ini menekankan pentingnya membedakan antara kebutuhan pokok (primer) dan keinginan (sekunder). Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo yang memahami konsep ini cenderung memprioritaskan pemenuhan kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal, sebelum memenuhi keinginan. Mereka lebih cenderung berhemat dan menghindari pemborosan, sehingga pola konsumsi mereka lebih terencana dan efisien. Namun, tekanan sosial dan pengaruh teman sebaya dapat menjadi faktor pengganggu. Meskipun memahami prinsip kebutuhan dan keinginan, mereka mungkin tergoda untuk mengikuti tren konsumsi yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Ketiga, konsep kearifan dalam berbelanja menjadi faktor kunci dalam membentuk perilaku konsumsi. Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo yang menerapkan prinsip ini akan melakukan riset dan perbandingan harga sebelum membeli barang atau jasa. Mereka akan mencari penawaran terbaik dan menghindari pembelian impulsif. Mereka juga cenderung lebih memilih barang yang berkualitas dan tahan lama daripada barang yang murah namun cepat rusak. Hal ini menunjukkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara bijak dan memaksimalkan nilai guna dari setiap pengeluaran. Akan tetapi, keterbatasan waktu dan akses informasi dapat menjadi hambatan dalam menerapkan kearifan berbelanja secara optimal.

Keempat, pemahaman tentang zakat sebagai kewajiban agama juga memengaruhi pola konsumsi. Zakat merupakan bentuk ibadah yang mengharuskan muslim untuk menunaikan sebagian hartanya kepada yang berhak menerimanya. Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo yang memahami konsep zakat akan lebih cenderung mengalokasikan sebagian pendapatan mereka untuk zakat, sehingga mengurangi jumlah dana yang tersedia untuk konsumsi pribadi. Hal ini menunjukkan kesadaran sosial dan komitmen mereka terhadap

prinsip keadilan dan kesejahteraan sosial. Namun, pemahaman yang kurang mendalam tentang mekanisme penyaluran zakat dan ketidakjelasan tentang siapa yang berhak menerima zakat dapat menjadi kendala dalam praktiknya.

Lebih lanjut, implementasi pemahaman konsumsi ekonomi Islam juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti tingkat pendapatan, aksesibilitas produk halal, dan lingkungan sosial. Mahasiswa dengan pendapatan terbatas mungkin akan lebih sulit untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam secara penuh, karena mereka harus memprioritaskan pemenuhan kebutuhan pokok. Begitu pula, keterbatasan aksesibilitas produk halal di daerah tertentu dapat membatasi pilihan konsumsi dan meningkatkan biaya. Lingkungan sosial yang mendukung perilaku konsumtif yang berlebihan juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, meskipun mereka memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengkaji implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam terhadap permintaan barang dan jasa di kalangan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman prinsip-prinsip ekonomi Islam memiliki dampak signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa, mendorong mereka untuk lebih selektif dalam pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan dasar serta produk yang halal dan *thayyib*. Mahasiswa yang memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam cenderung lebih peduli terhadap nilai-nilai kesejahteraan sosial dan investasi jangka panjang, seperti pendidikan dan pengembangan diri, daripada konsumsi jangka pendek. Mereka juga menghindari riba dan praktik haram lainnya, memilih layanan keuangan syariah sebagai alternatif. Penelitian ini menegaskan bahwa implementasi pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam di kalangan mahasiswa dapat mendorong konsumsi yang lebih etis dan sesuai syariah, sehingga memengaruhi permintaan barang dan jasa secara keseluruhan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ekonomi Islam dan kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi dan kebijakan yang efektif dalam mendorong konsumsi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang adil dan berkelanjutan berdasarkan nilai-nilai Islam.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khoirullah, M. N. (2024). PERAN KOMUNITAS ISLAMIS DALAM Mendukung Penerapan Gaya Hidup Syariah di Kalangan Mahasiswa LUMAJANG. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(7), 4269–4280.
- Cinta Rahmi, Pebrian, E., Fidha Nabila, Muhammad Thariq Aziz, & Al Fuji Istiqamah. (2024). Analisa Perilaku Konsumen Mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam Kelas a Semester 4 Terhadap Produk Trend Fashion Public Figure Di Tinjau Dari Teori Konsumsi Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 09–16. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.710>
- Dewi Fatmala Putri, & Syakur, A. (2023). Integrasi Konsep Dan Aplikasi Dalam Menentukan Perilaku Konsumsi Dalam Kegiatan Ekonomi Muslim. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 182–190. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1935>
- Fadilah, N. (2021). Karakteristik Dan Rancang Bangun Ekonomi Islam. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 2(4), 1–20.
- Faiza, I., Lisa Nurani, Indah Permatasari, & Hendri Hermawan Adinugraha. (2022). Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 78–87. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v1i1.198>

- Fauzan, M., Majid, M. S. A., & Harahap, I. (2024). TOWARDS SUSTAINABLE CONSUMPTION : AN ISLAMIC MACROECONOMIC PERSPECTIVE. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(4), 2335–2352.
- Habibi, M. (2022). Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 88–104. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1277>
- 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>
- Hamdiah, V., & Arif, M. (2023). Pemikiran Ekonomi Islam Pada Era Kontemporer Muhammad Abdul Manan. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 5(03), 77–87.
- Hisan, D. G., & Haniatunnisa, S. (2023). Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam. *An Nawawi*, 3(1), 13–30. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>
- Jah, J. I. (2024). konsep halal haram dalam ekonomi islam. *J-EBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 03(02), 13–28.
- Mujib, H., Tresna Aristhantia, I., Rizal, S. S., Afrianti, L., Agustina, R. L., & Salsabila, S. S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Forum Diskusi Akad Ekonomi Syariah: Laporan Pengabdian Masyarakat di Desa Cineam Kecamatan Cineam. 2(2), 2022.
- Nishwa, F. M. (2018). Hubungan Persepsi dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal. *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 5(1), 47–66.
- Nury, M. Y. (2024). Tafsir Komprehensif Terhadap Ayat-Ayat Ekonomi Dalam Al-Qur ' an. *Manarul Quran: Jurnal Studi Islam*, 24(1), 10–26.
- Pohan, J. D. B., Marliyah, M., & Nasution, M. L. I. (2024). Penerapan Circular Fashion Pada Perilaku Hedonisme Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jambura Economic Education Journal*, 6(1), 217–231.
- Syaripudin, E. I., Latifah, S. N., Puja, S. A., Permana, S., & Vina, N. (2024). Konsep Distribusi Dan Promosi Dalam Bisnis Syariah Perspektif Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah (MANISYA)*, 1–19.
- Tuti Supatminingsih, Febry Anggraeni, & Sumrotul Hasanah<sup>3</sup>. (2023). Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Perkembangan Sistem Finansial Teknologi Berbasis Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). *JUMABI: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 30–44. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v1i1.97>
- Wahida, N., Parakkasi, I., & Sudirman, S. (2024). Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah.*, 7(2), 151–169.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- 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>.