ESKALASI
JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI
Yayasan Paramarta Akademika Indonesia
P-ISSN XXXX, E-ISSN XXXX

Analisis Perkembangan Teori Konsumsi Islam

ABSTRACT *- This study discusses the concept of consumption from the perspective of Islamic economics, which is not only oriented toward fulfilling material needs but also contains spiritual values, morality, and social responsibility. In Islam, consumption aims to achieve maslahah (public benefit) and obtain blessings in life while adhering to the principles of halal, simplicity, and justice. This research uses a qualitative descriptive method through library research, with data sources derived from journals, books, and related literature. The results show that the concept of utility in Islamic economics is not solely focused on individual satisfaction but is also associated with benefits for society as a whole. In addition, consumer preferences and satisfaction in Islam are based on business ethics, honesty, product quality, and a balance between material and spiritual fulfillment. Therefore, consumption in the Islamic perspective becomes an economic activity aimed at achieving balanced well-being in both worldly life and the hereafter.*

.

ABSTRAK - Penelitian ini membahas konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga mengandung nilai ibadah, moral, dan tanggung jawab sosial. Konsumsi dalam Islam bertujuan untuk mencapai kemaslahatan (maslahah) serta memperoleh keberkahan hidup dengan tetap memperhatikan prinsip halal, kesederhanaan, dan keadilan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi kepustakaan (library research) dengan sumber data berupa jurnal, buku, dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep utilitas dalam ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada kepuasan individu, tetapi juga dikaitkan dengan kemanfaatan bagi masyarakat luas. Selain itu, preferensi dan kepuasan konsumen dalam Islam didasarkan pada nilai etika bisnis, kejujuran, kualitas produk, serta keseimbangan antara kepuasan material dan spiritual. Dengan demikian, konsumsi dalam perspektif Islam menjadi aktivitas ekonomi yang bertujuan mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat secara seimbang..

Author
[1] **Mutia Azahra**, UIN Sumatera Utara, Indonesia
[2] **Nazla Ihsani**, UIN Sumatera Utara, Indonesia
[3] **Nur Inayah**, UIN Sumatera Utara, Indonesia

*[*1]Corresponding email:* azzahramutia000@gmail.com

Article History
Submitted: 16 Mei 2026
Revised: 20 Mei 2026
Accepted: 29 Mei 2026
Published: 29 Mei 2026

Keywords
Konsumsi Islam,Teori Konsumsi Islam, Utilitas, Maslahah, Preferensi Konsumen.

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan salah satu aktivitas penting dalam kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dalam ilmu ekonomi konvensional, konsumsi umumnya dipandang sebagai upaya untuk memperoleh kepuasan atau utilitas semata. Namun dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai moral, etika, dan ketentuan syariah (Kartina et al., 2025).

Kegiatan konsumsi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang sangat penting. Semua manusia pasti terlibat dalam kegiatan konsumsi, hamper tidak adasatupun yang tidak terlibat. Kegiatan ini mencakup seluruh perilaku konsumen

yangberkaitan dengan kegiatan pertukaran, baik yang bersifat pertukaran nilai produk ataupelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumenadalah perilaku jangka panjang terhadap alokasi pendapatannya untukmelakukan konsumsi yang meliputi proses membuat keputusan terhadap produk atau jasa yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus mencapai kepuasan (Hisan & Haniatunnisa, 2023).

Tujuan utama konsumsi seorang Muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkanpahala.Ekonomi Islam,sebagai sistem ekonomi yang berbasis nilai-nilai agama, menawarkan perspektif yang unik dan komprehensif mengenai konsumsi.Jika ekonomi konvensional lebih menekankan pada utilitas dan kepuasan individu, ekonomi Islam menghubungkan konsumsi dengan nilai-nilai moral, sosial, dan spiritual. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengkaji tentang konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam (Riset & Islam, 2020b).

Pemilihan tema konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam menjadi penting untuk dikaji karena perkembangan gaya hidup masyarakat modern saat ini cenderung mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan serta kurang memperhatikan nilai-nilai moral dan ketentuan syariah. Kondisi tersebut dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, baik bagi individu maupun kehidupan sosial masyarakat. Oleh karena itu, ekonomi Islam hadir sebagai pedoman yang menekankan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan material dan spiritual dalam kegiatan konsumsi. Selain itu, tema ini dipilih karena relevan dengan kondisi masyarakat saat ini yang semakin dipengaruhi oleh tren dan pola konsumsi modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan prinsip-prinsip konsumsi Islami dalam kehidupan sehari-hari sehingga tercipta perilaku konsumsi yang lebih bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ajaran Islam.

METODOLOGI

Studi ini untuk menemukan arus utama tema penelitian yang dilakukan terkait teori konsumsi Islam. Penelitian ini melakukan peroses sistematis literature review untuk mengumpulkan artikel ilmiah yang ada mengenai topik spesifik ini, mengkonsolidasikan temuan-temuan utama dari studi-studi ini, dan menyajikannya untuk dimanfaatkan bidang pendidikan menuju masa depan yang lebih berkelanjutan bagi semua orang. Tahapan penelitian dimulai dari pencarian dengan menggunakan kata kunci “Konsumsi” dan “Teori Konsumsi Islam” mengumpulkan artikel terkait tema sejenis yang masuk dalam data Scopus sepanjang tahun 2021-2025. Tahap kedua, melakukan pemilahan terhadap fokus pembahasan dalam artikel, dengan hanya memilih artikel yang berfokus terhadap tema yang berkaitan dengan Upaya pembangunan berkelanjutan. Sebanyak 42 artikel berhasil dikumpulkan,selanjutnya dilakukan evaluasi kriteria artikel dengan 35 artikel yang memenuhi kriteria. Tahap selanjutnya mengklasifikasi artikel terkait tema penelitian, penulis, afiliasi. Terakhir menentukan arah baru penelitian dengan mengajukan pertanyaan penelitian yang dikaji adalah:

1) Apa definisi konsumsi dalam perspektif Islam?

2) Bagaiamana penerapan konsep utilitas dan maslahah dalam perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam?

3) Bagaimana peran preferensi dalam menentukan kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Konsumsi Dalam Prespektif Islam

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi,konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.(Anshori et al., 2023)

Konsumsi dalam Islam bukan sekadar aktivitas memenuhi kebutuhan materi, melainkan juga merupakan ibadah yang memiliki dimensi spiritual dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi islam.Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode library researchatau studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal, buku, dan sumber lainnya yang sesuai dengan objek penelitian.Hasil penelitian menemukan bahwa konsep konsumsi dalam Islam menekankan pada prinsip keadilan, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya membangun model konsumsi yang lebih berkelanjutan dan berkeadilan, serta pengembangan kebijakan ekonomi yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam.(Riset & Islam, 2020b)

Konsumsi dalam Islam didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan mengikuti ketentuan syariah dalam rangka mencapai maslahah (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Mannan (1997) mendefinisikan konsumsi dalam Islam sebagai permintaan terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan mentaati perintah Allah SWT.Hakikat konsumsi dalam Islam tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga kebutuhan rohani. Konsumsi bukan merupakan tujuan akhir kehidupan, melainkan sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi yaitu mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat). Allah SWT berfirman:"Wahai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf: 31) (Hisan & Haniatunnisa, 2023)

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah.Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Sebabhal-hal yang mubah bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (taqarrub) kepada Allah,seperti:makan,tidur dan bekerja, jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdi kepada Ilahi.Dalam ekonomi islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang seorang muslim tidak bisa mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang

dikehendaki Allah dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya.(Anshori et al., 2023)

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa kegiatan konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sebab, mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan. Jadi sebagai umat muslim diwajibkan untuk tidak mengabaikan tuntutan konsumsi bagi manusia karena kita harus selalu bersyukur atas Allah yang telah memberikan rahmat dan karunianya.(Hamdi, 2022)

Uilitas dan Maslahah

Utilitas

Pendekatan utilitas Kardinal atau Analisis teori nilai subjektif. Pendekatan ini merupakan pendekatan klasik yang menggunakan utilitas marginal yang terukur. Pendekatan ini bertolak dari asumsi bahwa kepuasan (utilitas) yang di peroleh dari mengkonsumsi satu barang akan mempengaruhi keputusan konsumen tentang berapa banyak komoditas yang akan di beli. Semakin tinggi kepuasan total atau utilitas yang di peroleh konsumen dan keputusan pembelian yang optimal akan menjamin kepuasan total yang maksimal. Gagasan tentang pendekatan utilitas utama di rumuskan oleh seorang ekonom Neo-Klasik (Alfred Marshall) yang berpendapat bahwa utilitas dapat di ukur dan di ekspresikan secara kuantitatif atau kardinal. Seiring berjalannya waktu, disadari bahwa pengukuran dengan menggunakan pendekatan utilitas kardinal tidak memungkinkan, sehingga kurang realistis. Pendekatan ini di sebut juga dengan pendekatan kardinal yang menggunakan konsep Total Utility (TU) dan Marginal Utility (MU). (Wibisono et al., 2025)

Tabel 1: Pendekatan Kardinal dengan Menggunakan Konsep Utilitas Total (TU) dan Utilitas Marginal (MU)

Total Utilitas (TU)	**Marginal Utilitas (MU)**
Kepuasan total yang di terima dari mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Dengan kata lain, ini Adalah jumlah utilitas marginal yang di peroleh dari konsumsi setiap unit komoditas atau jasa yang berurutan. Jika unit-unit komoditas `X` di konsumsi secara terus menerus, maka: **TUx = ∑ MUX**	Utilitas tambahan yang di terima dari mengonsumsi satu unit tambahan barang per unit waktu dengan tetap mempertahankan kuantitas yang di konsumsi dari semua komoditas lainnya. Utilitas Marginal = Perubahan Utilitas total/Perubahan kuantitas yang di konsumsi: **MU = ΔTU / ΔQ or MJ = d TU/ d Q**

Hal ini mendasari lahirnya Hukum Gossen I, yang diperkenalkan oleh H.H

Gossen (1810-1858), seorang ekonom dan matematikawan. Ia menyatakan bahwa: "jika pemenuhan kebutuhan akan satu jenis barang dilakukan secara terus menerus, maka utilitas yang dinikmati oleh konsumen akan semakin tinggi, namun setiap tambahan konsumsi satu unit barang akan memberikan tambahan utilitas yang semakin kecil".

Maslahah

Secara bahasa,maslahah berasal dari kata حلَصَ dengan penambahan "alif" di awalnya yang secara arti kata berarti "baik". Kata mashlahah adalah bentuk masdar حلاَصَ yaitu manfaat atau terlepas dari padanya kerusakan.(Khairunnisa Ibrahim & Mawardi, 2025). Maslahah adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun nonmaterial, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Menurut Abu Ishaq Al-Shatibi, maslahah sebagai dasar kehidupan manusia terdiri atas lima unsur pokok, yaitu agama (dīn), jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (māl). Kelima unsur tersebut merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi agar tercapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Apabila salah satu unsur tersebut tidak terpenuhi atau terpenuhi secara tidak seimbang, maka kebahagiaan hidup manusia tidak akan tercapai secara sempurna.

Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga sebagai sarana meningkatkan ibadah kepada Allah SWT. Oleh karena itu, terdapat beberapa nilai moral yang harus diperhatikan dalam aktivitas konsumsi, di antaranya mengonsumsi barang yang halal dan baik, bersikap hemat, tidak hidup bermewah-mewahan, menjauhi utang yang tidak perlu, serta menghindari sifat bakhil dan kikir. Dengan demikian, aktivitas konsumsi dalam Islam merupakan aktivitas ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada kepuasan, tetapi juga pada tercapainya kemaslahatan dan keberkahan hidup (Khairunnisa Ibrahim & Mawardi, 2025).

Maslahah dan utility memiliki konsep yang saling terkait.Dalam hal ini berkah dapat diartikan sebagai hasil dari tindakan maslahah. Ketika seseorang melakukan tindakan yang membawa maslahah maka mereka berpotensi mendapatkan berkah dari Allah SWT. Pada konsep maslahah, tidak hanya bermanfaat bagi individu tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat, sehingga akan menciptakan lingkungan yang penuh keberkahan.Jika dilihat dari tujuannya, maslahah dan utility memiliki tujuan yang sama namun maslahah lebih menekankan pada kebaikan yang juga dirasakan oleh masyarakat luas, sedangkan utility hanya fokus kepada kepuasan individu.Dalam konteksIslam, maslahah harus diprioritaskan di atas utility.Sedangkan hubungan berkah dan utilitydapat dilihat dari apabila seseorang meraskan berkah dalam hidupnya,maka akan cenderung merasa lebih puas dan bahagia yang pada akhirnya dapat meningkatkan utility mereka (Riset & Islam, 2020a).

Penerapan Konsep Utilitas dan Maslahah dalam Perilaku Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Dalam ilmu ekonomi konvensional, perilaku konsumsi didasarkan pada konsep utilitas, yaitu tingkat kepuasan yang diperoleh seseorang dari mengonsumsi barang atau jasa. Semakin banyak barang yang dikonsumsi, maka semakin besar kepuasan yang diperoleh. Namun, kepuasan tersebut memiliki batas, sehingga muncul konsep utilitas marginal yang menurun (diminishing marginal utility), yaitu tambahan kepuasan akan semakin berkurang ketika konsumsi dilakukan secara terus-menerus.Berbeda dengan

ekonomi konvensional, ekonomi Islam tidak hanya memandang konsumsi sebagai upaya memperoleh kepuasan materi, tetapi juga sebagai sarana mencapai maslahah. Maslahah adalah segala sesuatu yang membawa manfaat dan kebaikan bagi kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, perilaku konsumsi dalam Islam harus memperhatikan nilai halal, kebutuhan, keseimbangan, serta menghindari sikap berlebihan (*israf*) dan pemborosan atau *tabdzir* (Muhammad Arfan Harahap, 2026).

Penerapan konsep utilitas dalam ekonomi Islam terlihat pada pemenuhan kebutuhan manusia secara wajar dan proporsional. Seorang konsumen muslim diperbolehkan mencari kepuasan dari barang atau jasa yang dikonsumsi, tetapi kepuasan tersebut harus tetap berada dalam batas syariat. Konsumsi tidak hanya didasarkan pada keinginan, melainkan pada kebutuhan dan manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, konsumsi dilakukan secara bijaksana dan tidak berlebihan.Sementara itu, konsep maslahah diterapkan dengan cara mengutamakan kemanfaatan dan keberkahan dalam setiap aktivitas konsumsi. Konsumen muslim akan memilih barang yang halal, baik, dan bermanfaat, serta mempertimbangkan dampaknya bagi diri sendiri maupun orang lain. Dalam perspektif Islam, tujuan konsumsi bukan sekadar mencapai kepuasan pribadi, tetapi juga untuk memperoleh keberkahan dan mencapai falah, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat (MA. Harahap, Sukiman, 2023).

Dengan demikian, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam merupakan perpaduan antara pemenuhan kebutuhan dan pencapaian maslahah. Konsep ini menjadikan konsumsi lebih seimbang, etis, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah, sehingga tidak hanya memberikan kepuasan individu, tetapi juga menciptakan kemaslahatan sosial.

Preferensi dan Kepuasan Konsumen

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan kecenderungan individu dalam memilih produk atau jasa berdasarkan pengalaman, kebutuhan, nilai, serta informasi yang dimiliki. Preferensi dibentuk oleh berbagai faktor, seperti faktor pribadi, sosial, budaya, dan pengetahuan konsumen, termasuk pengaruh keluarga maupun kelompok referensi. Dalam kegiatan konsumsi, konsumen cenderung memilih alternatif yang mampu memberikan utilitas atau manfaat tertinggi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, preferensi menjadi dasar penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024).

Selain itu, preferensi konsumen menggambarkan sikap konsumen dalam menentukan pilihan melalui proses evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia. Preferensi konsumen juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk atau merek karena memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian suatu produk (Devita Ramandhani, 2025).

Preferensi konsumen merupakan aktivitas melihat, memikirkan, menanyakan, mempertimbangkan sebuah produk untuk akhirnya dipilih dan disukai (Sri Karyani Damanik, 2026). Pilihan konsumen bisa muncul sebagai dorongan secara personal yang dijadikan dasar keputusan dalam pembelian, di mana mereka menciptakan makna

simbolis terhadap persepsinya terhadap produk tertentu. Konsumen tidak sedikit yang membandingkan referensi konsumen lain untuk membuktikan jika produk yang dipilihnya lebih unggul dibanding produk lain yang serupa. Ini merupakan cara praktis untuk mendeskripsikan preferensi seseorang terhadap suatu produk terhadap produk lain. Kelas sosial, gaya hidup, motivasi, harga, lokasi, dan produk menjadi faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dan menjadikannya sebagai dasar pertimbangan dalam keputusan pembelian. Banyak hal yang perlu diperhatikan konsumen dalam membuat keputusan. Keputusan konsumen dapat berupa membeli dan membuat keputusan. Keputusan konsumen dapat berupa membeli atau tidak membeli, membeli dalam jumlah sedikit atau membeli dalam jumlah banyak, membeli sekarang atau membeli nanti atau kapan-kapan, membeli yang berwarna atau merah atau yang berwarna biru, dan sebagainya (Rahmawaty A. Nadja,Andi Sitti Halimah, 2023).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap ekspektasi mereka saat membeli dan menggunakan suatu produk. Ekspektasi tersebut kemudian dibandingkan dengan persepsi terhadap kinerja produk yang dirasakan setelah penggunaan. Apabila kinerja produk lebih rendah daripada ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja produk sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi, pelanggan akan merasa puas (Ma & Rohman, 2025).

Sementara itu, menurut Philip Kotler (2005), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja produk tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Namun, apabila kinerja produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas hingga sangat senang.

Dalam pandangan Islam, konsep kepuasan konsumen memiliki dasar yang kokoh dalam ajaran agama. Prinsip-prinsip fundamental yang mendasari kepuasan konsumen bertumpu pada nilai-nilai etika, keadilan, dan keseimbangan yang diajarkan dalam Islam (Suprayitno, 2008). Beberapa prinsip utama yang menjadi landasan konsep kepuasan konsumen dalam Islam, yaitu:

Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen dalam Ajaran Islam

1. Etika bisnis yang berkualitas
2. Larangan penipuan dan kebohongan
3. Tanggung jawab terhadap produk dan layanan

Dengan demikian, konsep kepuasan konsumen dalam perspektif Islam lebih dari sekadar transaksi bisnis, melainkan mencerminkan harmonisasi antara keadilan material dan spiritual. Implikasi nilai-nilai Islam dalam standar kepuasan konsumen mengajarkan pelaku bisnis untuk menjalankan praktik bisnis dengan etika, mengutamakan kualitas, serta menjaga keseimbangan dalam mengupayakan kebahagiaan materi dan spiritual bagi konsumen (Hidayat et al., 2025).

KESIMPULAN

Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga mengandung nilai ibadah, moral, dan tanggung

jawab sosial. Dalam Islam, konsumsi dilakukan dengan memperhatikan prinsip halal, kesederhanaan, keseimbangan, serta menghindari perilaku berlebihan dan pemborosan. Konsep utilitas dalam ekonomi Islam juga berbeda dengan ekonomi konvensional karena tidak hanya berorientasi pada kepuasan individu, tetapi dikaitkan dengan konsep maslahah, yaitu kemanfaatan dan keberkahan yang dapat dirasakan oleh diri sendiri maupun masyarakat luas. Oleh karena itu, konsumsi dalam Islam diarahkan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat secara seimbang.

Selain itu, preferensi dan kepuasan konsumen dalam ekonomi Islam dipengaruhi oleh nilai etika, kualitas produk, kejujuran, serta kesesuaian dengan syariat Islam. Konsumen muslim tidak hanya mempertimbangkan kepuasan material, tetapi juga manfaat spiritual dalam setiap keputusan konsumsi. Dengan demikian, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam menjadi lebih bijaksana, bertanggung jawab, dan tidak hanya berfokus pada kepentingan pribadi, melainkan juga memperhatikan kemaslahatan bersama serta terciptanya kehidupan sosial yang lebih adil dan seimbang.

REFERENSI

Anshori, M., Tahliani, H., & Renaldi, R. (2023). Konsumsi Dalam Presfektif Islam. *Syar'ie*, *6*(2), 180–192.

Devita Ramandhani, A. S. (2025). Peran Preferensi Konsumen dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Karawang. *Management & Accounting Expose*, *8*(1), 25–34.

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

Hidayat, S., Fauziah, M. R., & Shafa, I. (2025). Kepuasan Konsumen: Analisis Prinsip-Prinsip Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Produk. *An Nawawi : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, *5*(1), 13–28. https://doi.org/10.55252/annawawi.v5i1.59

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

Khairunnisa Ibrahim, E., & Mawardi. (2025). Analisis Konsep Maslahah Sebagai Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, *7*(2), 1–19.

Ma, J., & Rohman, A. (2025). *Interkoneksi Peran Analisis Pasar Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Sektor E-Commerce dan Teknologi Dalam Perspektif Islam*. *3*(2), 98–108.

Muhammad Arfan Harahap, Sukiman, I. H. (2023). Measuring Muslim Welfare: A Falah-Based Index. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *12*(2), 478–499. https://doi.org/10.22373/share.v12i2.19191

Muhammad Arfan Harahap, J. S. (2026). Eksplorasi resiliensi ekonomi perspektif islam : Tinjauan literatur terpilih. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, *6*(1), 225–240. https://doi.org/https://doi.org/10.53088/jerps.v6i1.3040

Rahmawaty A. Nadja,Andi Sitti Halimah, H. (2023). *PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PANGAN*. penerbitnem.com.

Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *No Title 済無No Title No Title No Title*. *2*(1), 306–312.

Riset, J., & Islam, E. (2020a). *Jurnal Riset Ekonomi Islam Indonesia*. *2*(2), 117–125.

Riset, J., & Islam, E. (2020b). *Konsep Konsumsi Dalam Persepektif Ekonomi Islam*. *2*(2), 117–125.

Sri Karyani Damanik, M. A. H. (2026). Tren makanan melalui sosial media : Solusi alternatif perilaku konsumsi Islam tinjauan systematic literature review. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, *6*(3). https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.1110

Wibisono, V. F., Arief, S., & Atmaja, M. T. (2025). Paradigma Baru Konsumsi Islami: Islamisasi Konsep Utilitas Sebagai Kritik Atas Ekonomi Konvensional. *Lab*, *9*(01), 1–21. https://doi.org/10.33507/lab.v9i01.2755