

Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi pada Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon

Nunung Soumena¹, Arizal Hamizar², Hanifah³, Ikiyono⁴

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Abdul Muthalib Sangadji Ambon

Email korespondensi: hamizararizal@gmail.com

Abstract

This study examines the consumption behavior of female mahasantri (student-residents) at Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon and evaluates it from an Islamic economics perspective. The study employs a descriptive qualitative field-research design. Data were collected through interviews, observation, and documentation involving eight female mahasantri aged 20–22 years, and were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that all eight informants exhibited impulsive buying, while six of eight exhibited wasteful buying and non-rational buying. Monthly expenditure ranged from IDR 700,000 to IDR 1,000,000. Six informants had not consistently applied the Islamic principle of moderation, as reflected in duplicate purchases, trend-driven consumption, peer influence, and the prioritization of wants over needs. The study is limited to eight informants in one campus-based ma'had and relies substantially on self-reported interview data. Future research should compare campus-based ma'had across regions and test the findings quantitatively. Practically, the results indicate the need to integrate personal financial literacy, fiqh muamalah, and Islamic consumption ethics into ma'had coaching. Socially, such reinforcement may help students translate religious knowledge into more responsible everyday consumption.

Keywords: consumption behavior; mahasantri; Islamic economics; moderation; impulsive buying

1. PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga mencerminkan cara individu mengelola keinginan, sumber daya, dan prioritas hidup. Dalam ekonomi konvensional, konsumsi sering dikaitkan dengan pencapaian utilitas, sedangkan ekonomi Islam menempatkannya dalam kerangka masalah, etika, dan pertanggungjawaban penggunaan harta. Karena itu, perbedaan antara kebutuhan dan keinginan menjadi penting agar konsumsi tidak berkembang menjadi israf dan tabdzir (Almizan, 2016; Lutfi, 2019; Zakiah, 2022).

Perkembangan teknologi, kemudahan transaksi digital, tren fashion, dan pengaruh kelompok acuan membuat keputusan pembelian mahasiswa semakin kompleks. Pembelian dapat terjadi tanpa perencanaan, didorong oleh kesenangan, atau dilakukan meskipun barang sejenis masih dimiliki. Dalam kajian perilaku konsumen, pola tersebut dapat dikenali melalui impulsive buying, wasteful buying, dan non-rational buying (Andriyanto et al., 2016; Firmansyah, 2018). Dalam perspektif Islam, pola konsumsi semacam itu perlu dinilai bukan hanya dari kemampuan membeli, tetapi juga dari prinsip kesederhanaan dan skala prioritas.

Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon merupakan pesantren mahasiswa yang menyediakan fasilitas hunian tanpa biaya, termasuk kamar, kasur, kamar mandi, lemari, dan akses Wi-Fi. Mahasantri menanggung sendiri kebutuhan konsumsi harian seperti makanan, minuman, fashion, kebutuhan perkuliahan, dan kebutuhan pribadi. Kondisi ini menghasilkan struktur konsumsi yang khas: biaya

hunian disubsidi lembaga, sementara uang saku, kiriman orang tua, dan/atau beasiswa dapat dikelola secara relatif otonom oleh mahasantri.

Konteks tersebut berbeda dari banyak pesantren tradisional yang menerapkan pembatasan uang saku atau kepemilikan barang. Pada ma'had kampus, mahasantri adalah mahasiswa dewasa muda yang memperoleh pembinaan agama dan akademik, tetapi tidak selalu memperoleh pengawasan pengelolaan keuangan pribadi. Data awal penelitian menunjukkan adanya pembelian berulang setelah pencairan beasiswa atau kiriman orang tua, pengaruh tren dan teman sebaya, serta kesulitan membedakan kebutuhan dan keinginan.

Studi terdahulu menunjukkan bahwa perilaku konsumtif santri dan mahasantri sering dipengaruhi kelompok acuan, lingkungan sosial, gaya hidup, dan kondisi ekonomi (A'yuni, 2019; Fardesi, 2020; Devi, 2020). Namun, penelitian pada ma'had kampus dengan subsidi hunian penuh dan otonomi finansial mahasiswa masih terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis perilaku konsumsi dalam konteks tersebut sekaligus menguji keselarasan praktik konsumsi dengan prinsip kesederhanaan dalam ekonomi Islam.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) mendeskripsikan perilaku konsumsi mahasantri putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon melalui tiga pola utama, yaitu impulsive buying, wasteful buying, dan non-rational buying; serta (2) menganalisis perilaku tersebut dari perspektif ekonomi Islam, khususnya prinsip kesederhanaan. Hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian perilaku konsumsi di lingkungan ma'had kampus dan menjadi dasar praktis bagi penguatan literasi serta etika konsumsi mahasantri.

Perilaku Konsumsi dan Faktor yang Memengaruhinya

Perilaku konsumsi adalah tindakan individu dalam menggunakan pendapatan untuk memperoleh barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan. Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi dianalisis melalui tiga bentuk. Impulsive buying adalah pembelian cepat dan tidak direncanakan yang dipicu dorongan sesaat, suasana hati, tampilan produk, promosi, atau pengaruh lingkungan. Wasteful buying merujuk pada pembelian yang mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan sehingga menghasilkan pemborosan. Non-rational buying adalah pembelian yang terutama ditujukan untuk kesenangan dan kepuasan diri tanpa pertimbangan memadai terhadap kegunaan, harga, atau prioritas kebutuhan (Firmansyah, 2018).

Perilaku konsumsi dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi usia, gaya hidup, motivasi, persepsi, pengalaman, dan kemampuan mengendalikan diri. Faktor eksternal mencakup budaya, kelas sosial, kelompok acuan, teman sebaya, dan lingkungan. Pada mahasiswa yang tinggal di asrama, interaksi intensif dengan teman sebaya dapat memperkuat proses imitasi, sedangkan akses belanja digital mengurangi hambatan transaksi dan memperluas paparan promosi.

Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam memandang konsumsi sebagai bagian dari aktivitas yang terikat pada nilai tauhid, keadilan, tanggung jawab, kehalalan, dan kesederhanaan. Tujuan konsumsi tidak berhenti pada kepuasan individual, tetapi diarahkan pada masalah dan keseimbangan kebutuhan duniawi serta tanggung jawab ukhrawi. Mannan menempatkan keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas

sebagai prinsip dasar konsumsi. Penelitian ini memusatkan analisis pada kesederhanaan karena prinsip tersebut paling langsung berkaitan dengan pembelian berlebihan dan duplikasi barang.

Prinsip kesederhanaan menuntut konsumen menghindari israf dan tabdzir serta menyusun prioritas antara dharuriyat, hajiyyat, dan tahsiniyat. Landasan normatifnya antara lain Surah Al-Isra ayat 26–27 dan Surah Al-A'raf ayat 31 yang melarang pemborosan dan perilaku berlebih-lebihan. Dengan demikian, rasionalitas konsumsi Muslim tidak hanya diukur dari kemampuan finansial, tetapi juga dari kesesuaian pembelian dengan kebutuhan, manfaat, dan tanggung jawab penggunaan harta (Syahrial, 2020; Rizki et al., 2023).

Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Objek/Fokus	Temuan Utama	Posisi terhadap Penelitian Ini
Fardesi (2020)	Santri Dayah Modern Darul Ulum	Konsumtif pada pakaian dan jajanan; kelompok acuan dan gengsi dominan.	Sama-sama menyoroti israf dan kelompok acuan, tetapi Dayah menerapkan pembatasan barang.
Devi (2020)	Mahasantri putri IAIN Ponorogo	Ketidaksesuaian teori-praktik; faktor sosial budaya dan teman dominan.	Objek paling serupa; memperkuat relevansi kajian ma'had kampus.
A'yuni (2019)	Santriwati pesantren tradisional	Konsumtif pada kebutuhan harian dan pakaian; teman sebaya dominan.	Konteks usia dan otoritas finansial berbeda.
Rosyid (2017)	Santri pesantren	Israf/tabdzir bervariasi menurut strata ekonomi keluarga.	Menguatkan penggunaan israf/tabdzir sebagai indikator normatif.
Abrar (2017)	Rumah tangga Muslim saat Ramadan	Konsumsi meningkat pada momentum tertentu.	Pembandingan untuk lonjakan konsumsi saat pencairan beasiswa/kiriman.

Sumber: Diolah penulis dari literatur penelitian

Secara umum, studi terdahulu konsisten menunjukkan pengaruh kelompok acuan dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini memperluas diskusi dengan menempatkan otonomi finansial mahasantri dewasa dan subsidi hunian sebagai konteks struktural yang dapat membentuk perilaku konsumsi. Dengan demikian, penelitian tidak hanya membandingkan praktik dengan norma Islam, tetapi juga membaca kemungkinan governance gap dalam pembinaan konsumsi di ma'had kampus.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain penelitian lapangan (field research). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai alasan, pola, dan pengalaman konsumsi mahasantri tanpa mengubah fenomena menjadi pengukuran statistik. Lokasi penelitian adalah asrama putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon, Kota Ambon, Maluku.

Informan ditentukan secara purposive dengan kriteria mahasantri putri yang tinggal di Ma'had Al-Jami'ah dan mampu menjelaskan pengalaman konsumsi pribadinya. Penelitian melibatkan delapan informan berusia 20–22 tahun. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi ma'had serta literatur yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mengenai impulsive buying, wasteful buying, non-rational buying, prioritas kebutuhan, dan pertimbangan nilai Islam; observasi terhadap konteks kehidupan asrama; serta dokumentasi terhadap data administratif dan sumber tertulis yang relevan. Analisis mengikuti tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Anggito & Setiawan, 2018; Mardawi, 2020). Temuan kemudian dibaca menggunakan prinsip kesederhanaan sebagai lensa utama ekonomi Islam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Informan

Kedelapan informan berusia 20–22 tahun dengan pengeluaran bulanan antara Rp700.000 dan Rp1.000.000. Rentang ini menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki ruang pengeluaran pribadi yang cukup nyata di luar biaya hunian yang telah ditanggung lembaga.

Impulsive Buying: Pola yang Muncul pada Seluruh Informan

Seluruh informan (8 dari 8) menunjukkan impulsive buying. Pembelian terjadi secara tiba-tiba dan sering bergeser dari rencana awal. Contohnya, kebutuhan mengganti jilbab hitam berubah menjadi pembelian jilbab bermotif karena tertarik pada desain, sedangkan rencana membeli gamis berakhir pada pembelian jam tangan yang dianggap menarik meskipun fungsi melihat waktu telah dipenuhi oleh telepon genggam. Pola serupa muncul ketika rencana membeli lauk, perlengkapan mandi, atau tisu berkembang menjadi pembelian camilan, peralatan makan, toples, atau produk perawatan kulit di luar rencana.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa stimulus visual, promosi, suasana hati, dan pengaruh teman berperan dalam melemahkan perencanaan konsumsi. Tidak semua pembelian impulsif menghasilkan penyesalan karena sebagian barang tetap digunakan. Namun, dari perspektif pengelolaan keuangan, frekuensi pembelian tanpa rencana menyebabkan pengeluaran menjadi kurang terstruktur. Temuan ini sejalan dengan konsepsi impulsive buying sebagai keputusan cepat yang terjadi tanpa niat pembelian sebelumnya (Andriyanto et al., 2016).

Wasteful Buying dan Duplikasi Barang

Enam dari delapan informan menunjukkan wasteful buying. Bentuk yang paling jelas adalah pembelian barang yang fungsinya telah dipenuhi oleh barang yang masih layak pakai. Informan membeli sepatu baru meskipun sepatu lama masih dapat digunakan, membeli gamis dengan warna serupa karena mengikuti teman, atau membeli headset Bluetooth walaupun headset berkabel masih berfungsi. Dua informan lainnya, Siti Hasanah A. Terewilsa dan Nur Hazmi Asyikin, lebih konsisten memisahkan uang untuk kebutuhan kuliah dan baru mengganti barang ketika rusak atau hilang.

Perbedaan dua kelompok ini penting karena memperlihatkan bahwa lingkungan yang sama tidak menghasilkan perilaku yang identik. Di tengah hunian gratis, akses sumber dana yang relatif serupa, dan paparan sosial yang sama, sebagian mahasiswa mampu mempertahankan skala prioritas. Hal ini mengindikasikan peran self-regulation finansial dan persepsi kebutuhan sebagai faktor internal yang melengkapi pengaruh kelompok acuan.

Non-Rational Buying: Kesenangan Mengalahkan Prioritas

Enam informan juga menunjukkan non-rational buying, yaitu pembelian yang lebih diarahkan pada kesenangan dibanding manfaat atau prioritas kebutuhan. Salah satu informan menggunakan uang yang semestinya dialokasikan untuk makan guna membeli tas bermotif menarik, tetapi tas tersebut kemudian tidak digunakan. Informan lain mengakui bahwa keinginan dapat didahulukan meskipun kebutuhan belum seluruhnya terpenuhi. Sebaliknya, dua informan yang tidak menunjukkan wasteful buying juga konsisten menempatkan kebutuhan pokok sebagai prioritas dan menggunakan sisa pendapatan untuk pembelian berbasis keinginan.

Konsistensi dua informan yang sama pada berbagai kategori menunjukkan adanya dua profil perilaku: kelompok yang lebih rentan terhadap dorongan konsumtif dan kelompok yang memiliki kontrol prioritas lebih kuat. Temuan ini memperkaya penelitian terdahulu yang banyak menekankan faktor eksternal dengan menunjukkan bahwa kapasitas pengendalian diri juga menentukan bagaimana tekanan sosial diterjemahkan menjadi keputusan pembelian.

Prinsip Kesederhanaan dan Religiosity-Behavior Gap

Ditinjau dari ekonomi Islam, enam dari delapan informan (75%) belum menerapkan prinsip kesederhanaan secara konsisten, sedangkan dua informan (25%) menunjukkan pola yang lebih selaras. Indikator ketidakkonsistenan terlihat pada duplikasi pakaian atau barang, pembelian karena tren, tambahan konsumsi di luar kebutuhan pokok, dan penggunaan dana kebutuhan untuk keinginan. Praktik tersebut beririsan dengan konsep israf dan tabdzir yang dilarang dalam Islam.

Temuan ini memperlihatkan kesenjangan antara identitas keagamaan dan praktik konsumsi aktual. Status sebagai mahasiswa dan intensitas pembinaan agama tidak secara otomatis menghasilkan perilaku ekonomi yang sesuai dengan prinsip kesederhanaan. Pengetahuan normatif memerlukan penerjemahan ke dalam keterampilan praktis, seperti menyusun anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, menentukan skala dharuriyat–hajiyat–tahsiniyat, serta mengevaluasi keputusan pembelian.

Dibandingkan penelitian Devi (2020) di ma'had kampus IAIN Ponorogo, penelitian ini menemukan pola serupa berupa ketidaksesuaian teori konsumsi Islam dengan praktik dan kuatnya pengaruh teman. Kesamaan pada dua lokasi yang berjauhan memberi indikasi bahwa fenomena tersebut tidak semata-mata lokal. Namun, karena penelitian ini hanya melibatkan delapan informan, indikasi tersebut harus dipahami sebagai proposisi awal, bukan generalisasi.

Perbandingan dengan Fardesi (2020), A'yuni (2019), dan Rosyid (2017) juga menunjukkan perbedaan struktural. Pada pesantren tradisional, konsumsi santri sering berada dalam kerangka aturan uang saku atau kepemilikan barang. Di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon, perilaku konsumtif justru muncul dalam ruang otonomi yang lebih besar. Ketiadaan pembinaan keuangan pribadi dapat dibaca sebagai governance gap: pembinaan keagamaan dan akademik berjalan, tetapi etika konsumsi dan pengelolaan uang belum menjadi fokus eksplisit.

Digitalisasi konsumsi turut memperkuat dinamika tersebut. Produk yang sering dibeli secara impulsif meliputi jilbab, gamis, skincare, sunscreen, tas, sepatu, dan aksesoris. Salah satu informan mengungkapkan kebiasaan berbelanja melalui aplikasi daring berdasarkan tampilan foto produk dan pernah menyesal karena barang tidak sesuai ekspektasi. Akses transaksi dari kamar asrama mengurangi friksi

pembelian dan memungkinkan keputusan dilakukan kapan saja, sehingga kontrol diri menjadi semakin penting.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian mengarah pada kebutuhan penguatan pembinaan yang bersifat aplikatif. Ma'had dapat mengintegrasikan literasi keuangan pribadi, fikih muamalah konsumsi, dan latihan penyusunan anggaran sederhana ke dalam kegiatan pembinaan. Materi tersebut tidak perlu menggantikan pembinaan ibadah dan akademik, tetapi melengkapinya agar nilai keagamaan dapat diterapkan pada keputusan ekonomi sehari-hari. Praktik dua informan yang memisahkan kebutuhan pokok dan menggunakan sisa dana untuk keinginan dapat menjadi contoh sederhana model pengelolaan yang lebih disiplin.

4. KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ambon didominasi pola konsumtif. Seluruh informan menunjukkan impulsive buying, sedangkan enam dari delapan informan menunjukkan wasteful buying dan non-rational buying. Dalam perspektif ekonomi Islam, enam informan belum menerapkan prinsip kesederhanaan secara konsisten, sementara dua informan menunjukkan pengelolaan konsumsi yang lebih terarah pada kebutuhan dan penggunaan sisa dana untuk keinginan.

Temuan menegaskan bahwa otonomi finansial dalam konteks hunian ma'had yang disubsidi penuh tidak otomatis diikuti kemampuan mengelola konsumsi. Pengaruh teman, tren, akses belanja digital, dan dorongan kesenangan berinteraksi dengan kapasitas kontrol diri individu. Karena itu, pembinaan keagamaan di ma'had perlu dilengkapi dengan literasi keuangan dan etika konsumsi Islam yang lebih praktis agar larangan israf dan tabdzir dapat diterjemahkan ke dalam keputusan sehari-hari.

Penelitian ini terbatas pada delapan informan di satu ma'had kampus dan menggunakan data wawancara yang berpotensi mengandung social desirability bias. Temuan bersifat deskriptif-kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk generalisasi statistik. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah dan lokasi penelitian, melakukan perbandingan antar-ma'had kampus, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji hubungan antara literasi keuangan, religiusitas, kontrol diri, pengaruh teman sebaya, dan perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. (2017). Analisis pola konsumsi dan perilaku berzakat rumah tangga Muslim pada bulan Ramadhan [Skripsi, Universitas Brawijaya].
- Al-Arif, M. N. R. (2011). Dasar-dasar ekonomi Islam. PT Era Adicitra Intermedia.
- Almizan. (2016). Konsumsi menurut ekonomi Islam dan kapitalis. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI), 1.
- Andriyanto, D. S., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). Pengaruh fashion involvement dan positive emotion terhadap impulse buying. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 31(1), 45.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak.

- A'yuni, A. Q. (2019). Analisis perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Darul Fikri Bringin, Kauman, Ponorogo dalam perspektif ekonomi Islam [Skripsi].
- Devi, R. L. (2020). Analisis pola konsumsi mahasantri dalam perspektif ekonomi Islam: Studi kasus pada mahasantri putri Ma'had Al-Jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo [Skripsi].
- Fardesi, M. (2020). Analisis perilaku konsumtif dan gaya hidup santri ditinjau dalam perspektif religiusitas: Studi pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh [Skripsi].
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran). Deepublish.
- Karim, A. A. (2007). Ekonomi mikro Islam. PT Raja Grafindo Persada.
- Lutfi, M. (2019). Konsumsi dalam perspektif ilmu ekonomi Islam. Jurnal, 1.
- Mannan, M. A., & Nastangin, M. (1995). Teori dan praktek ekonomi Islam. PT Verisia Yogya Grafika.
- Mardawi. (2020). Praktis penelitian kualitatif: Teori dasar dan analisis data dalam perspektif kualitatif. CV Budi Utama.
- Rasyid, A. (2019). Perilaku konsumtif dalam perspektif agama Islam. Jurnal Hukum Ekonomi, 5(2), 172.
- Rizki, A., Wahab, A., & Masse, R. A. (2023). Teori konsumsi Islami sebagai pedoman perilaku dan penerapannya dalam kehidupan. ADZKIYA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, 11(2), 83–84.
- Rosyid, M. H. (2017). Analisa perilaku konsumsi santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar perspektif ekonomi Islam [Skripsi, IAIN Ponorogo].
- Simamora, B. (2008). Panduan riset perilaku konsumen. Gramedia Pustaka Utama.
- Soumena, N. (2024). Analisis perilaku konsumsi mahasantri putri Ma'had Al-Jamiah IAIN Ambon dalam perspektif Islam [Skripsi, IAIN Ambon].
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.
- Syahrial, H. M. (2020). Pandangan Islam tentang konsumsi (analisis terhadap ayat dan hadits ekonomi tentang konsumsi). Jurnal An-Nahl, 7(1), 29.
- Zahroturrosyidah, A. (2024). Muslim utility maximization: An analysis of infaq on consumer behavior. Jurnal Ekonomi Islam, 4, 2471.
- Zakiah, S. (2022). Teori konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 2(2), 7.