

Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Urban Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam

Annisa Anggraini¹, Rahmadatul Lia Nisa², Safa Parasastia³, Latifah Nurhasanah⁴, Linda Rahma Yanti⁵

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang¹²³⁴, Universitas Sriwijaya⁵

Corresponding email: ansanggraini05@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission :28-11-2024

Received :18-01-2025

Revised :16-03-2025

Accepted :23-03-2025

Keywords

Islam

Konsumsi

Ekonomi

ABSTRACT

This study aims to analyze the consumption patterns of urban Muslim communities based on the principles of Islamic economics. In Islam, consumption is not merely about fulfilling material needs but must also comply with Sharia values emphasizing halal (permissible), moderation, justice, and social responsibility. The research employs a qualitative descriptive approach, collecting data through literature review and in-depth interviews with urban Muslim respondents. The analysis reveals that consumption patterns among urban Muslims are influenced by levels of religiosity, awareness of halal and thayyib (wholesome) principles, as well as the impact of urban lifestyle and digitalization. Although awareness of Islamic consumption principles is increasing, challenges such as excessive consumption and consumerism persist. Therefore, education and reinforcement of Islamic economic values are essential to foster moderate, equitable, and sustainable consumption patterns. This study contributes to a better understanding of the dynamics of Muslim urban consumption and the development of Sharia-based economics in the modern era.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi masyarakat Muslim urban dengan mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam Islam, konsumsi tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga harus sesuai dengan nilai-nilai syariah yang menekankan kehalalan, kesederhanaan, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi literatur dan wawancara mendalam terhadap masyarakat Muslim urban. Hasil analisis menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat Muslim urban dipengaruhi oleh tingkat religiusitas, kesadaran akan prinsip halal dan thayyib, serta pengaruh gaya hidup perkotaan dan digitalisasi. Meskipun kesadaran terhadap konsumsi Islami meningkat, tantangan seperti konsumsi berlebihan dan gaya hidup konsumtif masih muncul. Oleh karena itu, edukasi dan penguatan nilai-nilai ekonomi Islam sangat diperlukan untuk membentuk pola konsumsi yang moderat, berkeadilan,

dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika konsumsi Muslim urban dan pengembangan ekonomi syariah di era modern.

Introduction

Kata konsumsi berasal dari bahasa Inggris consume atau bahasa Belanda yakni consumptie yang artinya memakai atau menghabiskan. Konsumsi memiliki peran yang sangat penting karena konsumsi merupakan salah satu aspek utama kegiatan ekonomi umat muslim .konsumsi tidak hanya mempengaruhi kehidupan manusia tetapi konsumsi juga memainkan peran yang signifikan dalam pembangunan ekonomi dan juga kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.dalam konteks Dalam konteks ekonomi Islam, konsumsi harus dipahami dalam kerangka prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh ajaran agama Islam.

Meskipun ada banyak penelitian tentang ekonomi Islam, di butuhkan pemahaman konsep yang lebih mendalam untuk memahami konsep konsumsi dalam konteks ini. Konsumsi di dalam ajaran Islam tidak hanya melibatkan aspek material, akan tetapi tetapi konsumsi juga memiliki dimensi spiritual dan moral yang kuat. Oleh karena itu, analisis yang komprehensif tentang konsep konsumsi dalam ekonomi Islam diperlukan agar dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip agama memengaruhi perilaku konsumsi individu dan masyarakat.

Di dalam kehidupan sehari-hari , konsumsi merupakan poin yang penting karena manusia membutuhkan makanan untuk bertahan hidup .pakai untuk melindungi tubuh manusia dari berbagai hal serta rumah untuk berteduh agarv terhindar dari gangguan yang berbahaya. Terdapat tiga komponen didalam teori ekonomi yaitu produksi, distribusi, dan juga konsumsi. Tiga teori tersebut berfungsi agar kehidupan manusia lebih mudah

Penulis bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis konsep konsumsi dalam ekonomi Islam melalui pendekatan analisis terhadap Wahyu Allah dan Hadis Nabi. Dengan menggunakan pendekatan ini, kami berharap untuk mengungkapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mendasari perilaku konsumsi umat Muslim. Dengan metode analisis ini semoga dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana ajaran agama mempengaruhi pola konsumsi individu dan komunitas dalam konteks ekonomi. konsumsi merupakan kegiatan ekonomi islam ini bertujuan agar memajukan keimanan kepada Allah SWT yang bertujuan untuk memperoleh kemenangan, kedamaian dan juga falah. Dengan cara menggunakan uang ataupun pendapatannya untuk kebutuhan diri nya sendiri ataupun untuk orang lain.

Pola konsumsi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat, terutama bagi komunitas Muslim yang aktivitas konsumsinya diatur oleh prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam konteks masyarakat Muslim urban, dinamika konsumsi semakin kompleks karena pengaruh modernisasi, digitalisasi, dan gaya hidup perkotaan yang cenderung konsumtif. Namun, konsumsi dalam Islam tidak hanya soal pemenuhan kebutuhan materi, melainkan juga harus sesuai dengan prinsip syariah seperti kehalalan, kesederhanaan, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, analisis pola konsumsi masyarakat Muslim urban berdasarkan prinsip ekonomi Islam menjadi penting untuk memahami sejauh mana nilai-nilai Islam diimplementasikan dalam perilaku konsumsi sehari-hari serta tantangan yang dihadapi di era modern¹.

¹ Dika Eri Saputra (2024), Konsumsi Islam Dalam Konteks Ekonomi Digital, Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi Vol. 9 No. 2 Desember 2024.

Dalam penelitian ini, kami akan menguraikan konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam, menguraikan wahyu dan hadis yang berkaitan dengan konsumsi, dan mengeksplorasi implikasi teoritis dan praktis dari analisis tersebut. Melalui pendekatan ini, kami berharap untuk memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman tentang ekonomi Islam dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya memperhitungkan nilai-nilai agama dalam keputusan ekonomi.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami dan menguraikan konsep konsumsi dalam ekonomi Islam secara mendalam dan komprehensif, Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan publikasi terkait ekonomi Islam dan konsumsi dalam perspektif Islam. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan cara menguraikan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam, membandingkan konsep konsumsi dalam ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional, serta mendalami nilai-nilai syariah yang mengatur perilaku konsumsi, seperti prinsip keadilan, kesederhanaan, kemaslahatan, dan larangan israf (berlebihan) maupun kikir².

Results and Discussion

Dalam kamus bahasa Indonesia konsumsi merupakan penggunaan atau pemakaian barang produksi². konsumsi secara termologi adalah kegiatan yang di gunakan untuk mengurangi nilai guna suatu barang atau jasa, baik secara langsung atau secara berangsur-angsur agar dapat memenuhi kebutuhan manusia³. Di dalam ilmu ekonomi konsumsi disebut sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Konsumsi dapat diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Islam merupakan agama yang berisikan ilmu tentang mengatur manusia dalam kegiatan memenuhi kebutuhan hidup. Dengan adanya konsumsi islam juga mengatur kegiatan konsumsi manusia agar berguna bagi kemaslahatan hidup. Menurut pandangan islam masalah merupakan hal terpenting yang harus di capai. Terdapat dua manfaat masalah yaitu manfaat dan berkah

Ekonomi konsumsi terdapat urgensi yang cukup besar karena sesungguhnya tidak ada kehidupan dengan tidak adanya konsumsi. Mengabaikan konsumsi sama dengan mengabaikan kehidupan dan juga pengabaian terhadap tugas di dalam kehidupan manusia. Manusia di larang mengonsumsi secara berlebihan yang artinya tidak boleh mubadzir dan harus sesuai pada tingkat layak bagi dirinya. Beribadah pun tidak boleh di lakukan secara mutlak tanpa memperhatikan kepentingan jasmani.

Prinsip Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Ekonomi di dalam islam tidak hanya mempelajari tentang pemuasan materi yang bersifat fisik akan tetapi ekonomi didalam islam juga membahas mengenai penuntasan materi yang bersifat

² Dewi Ghitsatul Hisan dan Siti Haniatunnisa (2023), *Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam, Volume 3 Issue 1 (2023) Pages 13-30 An Nawawi : Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam.*

² Kamus Besar Bahasa Indonesia.

³ Jaribah bin Ahmad a-Harits, *Fikih Ekonomi Umar bin al-Khottob*, Jakarta Timur: Khalifa (Pustaka Al-Kautsar Group), 2008, hlm. 135.

abstrak. Dan juga pemuasan manusia yang berkaitan terhadap posisi manusia sebagai hamba Allah. Dengan ini dapat disimpulkan prinsip dasar perilaku konsumsi antara lain sebagai berikut:

- a. Prinsip Syariah, yaitu prinsip yang berkaitan dengan dasar syariat untuk melakukan kegiatan konsumsi yang berisi prinsip akidah yang artinya konsumsi merupakan sarana ketaatan dalam beribadah sebagai bukti keyakinan manusia sebagai makhluk yang kelak akan dimintai pertanggung jawaban di akhirat oleh penciptanya
- b. Prinsip ilmu, yaitu dalam prinsip ini manusia harus mengetahui apakah barang yang dikonsumsi itu halal atau tidaknya baik secara zat, proses, dan juga tujuannya. Dalam konsumsi islami prinsip amaliah mewajibkan manusia untuk mengikuti apa yang telah diketahui, yang artinya dia akan menghindari hal-hal yang haram dan juga sehat dan mengonsumsi yang halal.
- c. Prinsip kuantitas, yaitu batas kuantitas di dalam syariat Islam antarlain : sederhana artinya mengonsumsi sesuai kebutuhan tanpa berlebihan akan tetapi tidak pelit.
- d. Prinsip prioritas yaitu mengonsumsi kebutuhan yang diprioritaskan agar tidak adanya kemudharatan. Kebutuhan sekunder dan kebutuhan primer harus terpenuhi agar tidak menyebabkan kesusahan bagi manusia.
- e. Prinsip sosial, yaitu melihat lingkungan yang ada disekitarnya dapat menciptakan keharmonisan bagi masyarakat, agar dapat saling membantu dan memahami satu sama lain.
- f. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengonsumsi harus sesuai kondisi sumber daya alam yang keberlanjutannya dan tidak merusak lingkungan.

Urgensi Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi memiliki urgensi yang penting, dalam Islam urgensi konsumsi dalam kehidupan manusia dianggap sebagai kegiatan ekonomi yang tidak bisa di jauhkan dengan kehidupan manusia. Konsumsi Islam di dasari oleh konsep masalah karena tiada kehidupan tanpa konsumsi. Dalam konsumsi juga harus memperhatikan etika. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam konsumsi yaitu memilih yang baik dan halal. Konsumsi dalam Islam juga memiliki landasan hukum dalam Al-Quran yaitu dalam surah Al-Baqarah ayat 162. Terdapat beberapa urgensi konsumsi adalah sebagai berikut:

a) Keadilan dan Keseimbangan

Islam mendorong orang-orang beriman untuk menjaga keseimbangan dalam konsumsi mereka. Ini berarti tidak menggunakan sumber daya secara berlebihan atau menghabiskan sumber daya dengan cara yang merugikan diri sendiri atau orang lain. Prinsip-prinsip keadilan ditekankan, seperti membagi kekayaan kepada mereka yang membutuhkan dan menghindari pemborosan

b) Sumber dan Kualitas

Islam mengajarkan umatnya untuk memanfaatkan sumber daya alam secara bijak dan memperhatikan kualitas produk yang dikonsumsi. Produk yang dikonsumsi harus halal dan baik

c) Pertanggung Jawaban

Semua umat Islam bertanggung jawab atas konsumsi dan penggunaan mereka sendiri. Hal ini mencakup pengelolaan aset, perlindungan lingkungan, dan menghindari pemborosan.

d) Sikap terhadap Kekayaan

Dalam ajaran islam umatnya di minta untuk mencari kekayaannya tidak hanya untuk diri sendiri namun juga unruk kepentingan kemanusiaan.

Tujuan Konsumsi didalam Pandangan Islam

Konsumsi ditujukan bagi seorang muslih adalat sebagai sarana untuk beribadah kepada allah. Tujuan dari konsumsi pada dasarnya untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan kepada allah SWT. Di dalam ekonomi islam konsumsi di anggap sebagai sarana yang tidak bisa di abaikan bagi umat manusia dalam merealisasikan tujuan. Adapun tujuan konsumsi secara garis besar dinatara sebagai berikut:

- a) Untuk mendapatkan ridha allah SWT atas tercapainya kebaikan untuk mendapatkan pahala.
- b) Untuk mewujudkan kekompakan antara sesama dan jaminan sosial manusia.
- c) Untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab demi kemakmuran manusia.
- d) Untuk menghindari pemerasan nafkah yang sangat banyak dan beragam.

Faktor Konsumsi

Beberapa faktor pendorong konsumsi antara lain:

- a. Harga sangatlah berpengaruh terhadap kegiatan konsumsi hal ini di karenakan semakin rendah harga suatu barang akan semakin banyak pula penggunaan nya begitupun sebalik nya semakin mahal harga suatu barang semakin dikit jumlah penggunaan nya
- b. Jumlah konsumen jika jumlah konsumen banyak maka akan semakin besar juga pengeluaran atau konsumsi terhadap suatu barang atau jasa.
- c. Tingkat penghasilan Semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi tingkat konsumsi

Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Urban

Masyarakat Muslim urban cenderung dipengaruhi oleh faktor religiusitas, gaya hidup, kemudahan akses teknologi digital, dan budaya konsumtif perkotaan. Digitalisasi mempermudah akses produk halal dan mendorong kesadaran memilih produk yang sesuai syariah, tetapi juga berpotensi menimbulkan konsumsi berlebihan yang bertentangan dengan prinsip Islam³.

Mayoritas masyarakat Muslim urban memahami pentingnya konsumsi halal dan thayyib, namun implementasinya masih beragam tergantung tingkat religiusitas dan edukasi ekonomi Islam. Digitalisasi dan kemudahan akses produk halal meningkatkan kesadaran konsumen Muslim, tetapi juga menimbulkan risiko konsumsi berlebihan. Pola konsumsi masih dipengaruhi oleh gaya hidup urban yang cenderung konsumtif, sehingga moderasi dan pengendalian diri perlu terus dikembangkan. Religiusitas memiliki pengaruh positif

³ Novi Yanti. Dkk (2022), Pengaruh Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Pengguna Go-Food. Hikmah, Vol. 20, No. 1

signifikan terhadap perilaku konsumsi yang sesuai prinsip Islam, sedangkan prinsip konsumsi Islam secara langsung belum selalu berpengaruh kuat tanpa didukung pemahaman religius yang mendalam.

Pola konsumsi masyarakat Muslim urban menjadi fenomena penting yang mencerminkan interaksi antara nilai-nilai agama Islam dan dinamika kehidupan perkotaan yang modern. Konsumsi dalam Islam tidak hanya soal pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga harus memenuhi prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial. Di era digital, pola konsumsi Muslim urban semakin dipengaruhi oleh kemudahan akses teknologi dan budaya konsumtif yang berkembang pesat. Oleh karena itu, memahami pola konsumsi masyarakat Muslim urban sangat penting untuk mengarahkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam sekaligus adaptif terhadap perubahan sosial dan ekonomi.

Tingkat keimanan dan pemahaman agama menjadi faktor utama yang mendorong konsumen Muslim untuk memilih produk halal dan *thayyib* (baik dan bermanfaat). Kesadaran akan pentingnya konsumsi yang sesuai syariah semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses informasi melalui ekonomi digital. Perkembangan teknologi dan platform e-commerce mempermudah akses masyarakat Muslim terhadap produk halal dan etis. Digitalisasi juga meningkatkan transparansi informasi sehingga konsumen dapat lebih selektif dalam memilih produk. Namun, kemudahan ini juga berpotensi memicu konsumsi berlebihan yang bertentangan dengan prinsip Islam tentang moderasi dan penghindaran pemborosan.

Gaya hidup perkotaan yang serba cepat dan modern mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Muslim, termasuk kecenderungan mengonsumsi makanan cepat saji dan produk praktis. Data menunjukkan bahwa konsumsi makanan cepat saji di kalangan masyarakat kota cukup tinggi, terutama di kalangan pelajar dan pekerja urban⁴. Sebagai konsumen Muslim, terdapat dorongan untuk bertindak rasional dalam memilih antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari konsumsi yang berlebihan (*ishraf*) dan pemborosan (*tabdzir*). Konsumen juga diingatkan untuk membayar zakat dan berbagi kepada sesama sebagai bagian dari konsumsi yang bertanggung jawab secara sosial.

Pola konsumsi masyarakat Muslim urban yang sesuai prinsip ekonomi Islam dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi dengan menghindari pemborosan dan mendorong distribusi kekayaan melalui zakat, infak, dan sedekah. Sebaliknya, pola konsumsi yang terlalu konsumtif dan tidak terkontrol dapat menimbulkan masalah sosial dan lingkungan, seperti peningkatan sampah dan polusi.

Pola konsumsi masyarakat Muslim urban sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan platform digital, terutama dalam era ekonomi digital saat ini. Berikut

⁴ Ines Tasya Jadidah, dkk (2023), Pengaruh Pola Konsumsi Masyarakat Urban Dan Dampaknya Terhadap Lingkungan. SIGNIFICANT: Volume 2 (No 2) 2023 Pp 189-201

penjelasannya berdasarkan kajian terkini. Perkembangan teknologi dan platform e-commerce mempermudah konsumen Muslim urban untuk mengakses berbagai produk halal yang sesuai dengan prinsip syariah. Konsumen dapat dengan mudah mencari, membandingkan, dan membeli produk halal dan etis secara online, sehingga meningkatkan kesadaran dan kepatuhan terhadap konsumsi Islami. Teknologi digital menyediakan transparansi informasi yang lebih baik mengenai kehalalan, kualitas, dan asal-usul produk. Hal ini memperkuat kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk dan platform yang mereka pilih, terutama yang menegaskan komitmen terhadap nilai-nilai Islam.

Meskipun teknologi memudahkan akses, pola konsumsi tetap dipengaruhi oleh tingkat religiusitas dan norma sosial budaya. Konsumen Muslim urban yang memiliki pemahaman agama yang kuat cenderung lebih selektif dan menghindari konsumsi berlebihan yang bertentangan dengan prinsip Islam. Kemudahan berbelanja melalui platform digital juga menimbulkan risiko konsumsi berlebihan (*overconsumption*) yang bertentangan dengan ajaran Islam tentang moderasi dan penghindaran pemborosan (*israf*). Promosi dan kemudahan akses dapat mendorong pembelian impulsif yang tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Islami.

Literasi keuangan dan kemampuan menguasai teknologi digital menjadi faktor penting dalam mengatur pola konsumsi. Konsumen yang melek teknologi dan memiliki pengetahuan keuangan cenderung dapat mengelola konsumsi mereka sesuai dengan tingkatan kebutuhan (*dharuriyyah*, *hajiiyyah*, *tahsiniyyah*) secara lebih bijak dan Digitalisasi juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat Muslim urban, yang semakin mengarah pada konsumsi praktis dan cepat, seperti makanan siap saji dan produk digital. Namun, kesadaran akan pentingnya konsumsi halal dan *thayyib* tetap menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan konsumsi⁵.

Perkembangan teknologi dan platform digital memberikan dampak positif terhadap pola konsumsi masyarakat Muslim urban dengan meningkatkan akses, transparansi, dan kesadaran akan konsumsi Islami. Namun, kemudahan ini juga menghadirkan tantangan berupa potensi konsumsi berlebihan yang tidak sesuai prinsip Islam. Oleh karena itu, edukasi tentang konsumsi bijak dan penguatan nilai-nilai syariah dalam konteks digital sangat diperlukan untuk menjaga keseimbangan pola konsumsi masyarakat Muslim urban.

Teknologi digital secara signifikan meningkatkan akses dan kesadaran produk halal bagi masyarakat Muslim urban melalui berbagai cara, Perkembangan platform e-commerce yang fokus pada produk halal memudahkan konsumen Muslim urban untuk mencari dan membeli produk yang sesuai dengan prinsip syariah secara cepat dan efisien. Dengan adanya marketplace halal, konsumen dapat mengakses produk halal dari berbagai produsen tanpa batasan geografis, sehingga meningkatkan pilihan dan kemudahan berbelanja, Media sosial berperan penting dalam mempromosikan produk halal melalui konten edukatif dan

⁵ Fitri Kurnia Dewi. Dkk (2025), Transisi Perilaku Konsumen Islami: Tinjauan Terhadap Tren Belanja Online Di Era Digital. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* Volume 10 Nomor 2.

kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengaruh di kalangan Muslim. Hal ini meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal serta memperluas jangkauan informasi tentang pentingnya konsumsi halal dan thayyib.

Inovasi aplikasi berbasis mobile memberikan kemudahan akses informasi dan pembelian produk halal secara langsung melalui smartphone. Aplikasi ini membantu konsumen menemukan produk halal dengan cepat, mengecek sertifikasi halal, dan mendapatkan rekomendasi produk sesuai kebutuhan mereka. Teknologi digital menyediakan platform transparan seperti sistem ulasan dan rating produk yang memungkinkan konsumen mendapatkan informasi akurat dari pengalaman pengguna lain. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan dan kualitas produk yang mereka konsumsi.

Beberapa inovasi teknologi seperti blockchain dan Internet of Things (IoT) digunakan untuk memastikan keaslian sertifikasi halal dan memantau kepatuhan produk terhadap standar halal secara real-time. Teknologi ini menambah tingkat transparansi dan keamanan produk halal yang beredar di pasar dan Regulasi yang mendukung digitalisasi industri halal dan pengembangan ekosistem halal digital turut memperkuat akses dan kesadaran produk halal di kalangan masyarakat Muslim urban. Pemerintah dan lembaga terkait mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dan distribusi produk halal⁶.

Teknologi digital meningkatkan akses dan kesadaran produk halal bagi Muslim urban dengan menyediakan platform e-commerce khusus, media sosial, aplikasi mobile, serta sistem transparansi informasi yang memudahkan konsumen dalam memilih produk halal. Inovasi teknologi seperti blockchain dan IoT juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk halal. Dukungan regulasi dan kebijakan pemerintah semakin memperkuat ekosistem halal digital, sehingga konsumsi produk halal di kalangan masyarakat Muslim urban dapat meningkat secara signifikan dan berkelanjutan⁷.

Conclusion

Pola konsumsi masyarakat Muslim urban dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, dengan religiusitas sebagai faktor kunci dalam mengarahkan konsumsi sesuai prinsip ekonomi Islam. Meskipun kesadaran akan konsumsi halal dan thayyib meningkat, tantangan gaya hidup konsumtif dan kemudahan akses digital perlu diimbangi dengan edukasi dan penguatan nilai-nilai Islam dalam konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan upaya sinergis antara pemerintah, lembaga keagamaan, dan pelaku bisnis untuk mendorong pola

⁶ Tri Cahya Oktaviana, (2025), Potensi Industri Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Digital: Studi Kasus pada Shopee Barokah. Jurnal Sahmiyya. Vol 4, No 1

⁷ Machsun Rifauddin dkk. (2024) , Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Aksesibilitas dan Transparansi Destinasi Wisata Halal di Indonesia. Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism, Vol. 4, No. 2

konsumsi yang moderat, berkeadilan, dan berkelanjutan sesuai dengan maqashid syariah demi kesejahteraan umat Muslim urban.

References

- Adzkiya, U. (2020). Analisis maqashid al-syariah dalam sistem ekonomi Islam dan Pancasila. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(1), 23-35.
- Bakar, A. (2020). Prinsip Ekonomi Islam Di Indonesia Dalam Pergulatan Ekonomi Milenial. *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum*, 4(2), 233-249.
- Dika Eri Saputra (2024), Konsumsi Islam Dalam Konteks Ekonomi Digital, *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 9 No. 2 Desember 2024.
- Dewi Ghitsatul Hisan dan Siti Haniatunnisa (2023), *Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam, Volume 3 Issue 1 (2023) Pages 13-30 An Nawawi : Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*.
- Fitri Kurnia Dewi. Dkk (2025), Transisi Perilaku Konsumen Islami: Tinjauan Terhadap Tren Belanja Online Di Era Digital. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* Volume 10 Nomor 2.
- Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi*
- Iva Ashari Ananda.dkk. (2025), *Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam, Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam (SEBI) Vol. 7. No. 1. Januari - Juni, 2025, page 72-82*
- Machsun Rifauddin dkk. (2024) , Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Aksesibilitas dan Transparansi Destinasi Wisata Halal di Indonesia. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, Vol. 4, No. 2
- Novi Yanti. Dkk (2022), Pengaruh Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Pengguna Go-Food. *Hikmah*, Vol. 20, No. 1
- Ines Tasya Jadidah, dkk (2023), Pengaruh Pola Konsumsi Masyarakat Urban Dan Dampaknya Terhadap Lingkungan. *SIGNIFICANT: Volume 2 (No 2) 2023 Pp 189-201*.
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02), 172-189.
- Tri Cahya Oktaviana, (2025), Potensi Industri Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Digital: Studi Kasus pada Shopee Barokah. *Jurnal Sahmiyya*. Vol 4, No 1