

## **Perilaku Konsumsi Mahasiswa pada Kedai Kopi Forte Coffee dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam**

**Muhammad Azka Tsaqi<sup>1</sup>, Sarpini<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Ekonomi Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

\*Penulis Korespondensi : [244110201157@gmail.com](mailto:244110201157@gmail.com),

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa pada Kedai Kopi Forte Coffee dalam perspektif ekonomi mikro Islam. Fenomena meningkatnya minat mahasiswa terhadap konsumsi kopi menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi yang bersifat kontemporer, di mana kopi tidak hanya berfungsi sebagai minuman, tetapi juga menjadi bagian dari aktivitas akademik dan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap mahasiswa sebagai konsumen serta pengelola kedai kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa cenderung didasarkan pada kebutuhan, seperti untuk meningkatkan fokus dan mengurangi rasa lelah, bukan semata-mata sebagai gaya hidup. Selain itu, faktor harga dan kualitas produk menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Dalam perspektif ekonomi mikro Islam, perilaku tersebut mencerminkan prinsip keseimbangan (*tawazun*), tidak berlebihan (*israf*), serta mempertimbangkan kemaslahatan (*maslahah*). Dengan demikian, konsumsi kopi di lingkungan kampus dapat dipahami sebagai praktik ekonomi mikro Islam dalam konteks kontemporer yang tetap berada dalam batas rasional dan etis.

**Kata kunci:** perilaku konsumsi, mahasiswa, ekonomi mikro Islam, kopi, kontemporer

### **Pendahuluan**

Perkembangan pola konsumsi di kalangan mahasiswa saat ini menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan, salah satunya ditandai dengan meningkatnya minat terhadap konsumsi kopi di lingkungan kampus. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup mahasiswa yang semakin dinamis, di mana kopi tidak lagi dipandang sekadar sebagai minuman, tetapi juga menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari yang mendukung produktivitas dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, konsumsi kopi dapat dipahami sebagai fenomena kontemporer yang mencerminkan pergeseran perilaku konsumsi mahasiswa dalam merespons tuntutan aktivitas akademik dan sosial yang semakin kompleks.

Meningkatnya minat terhadap konsumsi kopi juga dipengaruhi oleh kemudahan akses serta munculnya kedai kopi dengan konsep yang lebih sederhana dan harga yang terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa tren konsumsi kopi tidak hanya berkembang di kalangan masyarakat umum, tetapi juga telah merambah ke lingkungan kampus dalam bentuk yang lebih adaptif terhadap kondisi mahasiswa. Dalam kajian ekonomi mikro, perubahan preferensi konsumen mencerminkan adanya dinamika permintaan yang dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas, dan kebutuhan. Dengan demikian, perilaku konsumsi kopi mahasiswa dapat dilihat sebagai bagian dari dinamika konsumsi kontemporer pada tingkat mikro.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi tidak semata-mata didasarkan pada keinginan (*wants*), tetapi harus mempertimbangkan kebutuhan (*hajah*), kemaslahatan (*maslahah*), serta menghindari perilaku berlebihan (*israf*). Prinsip-prinsip seperti keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab menjadi dasar dalam setiap aktivitas ekonomi (Syahidin et al., 2026). Selain itu, aktivitas ekonomi dalam Islam juga dipandang sebagai bagian dari ibadah muamalah yang harus dilandasi nilai kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi (Dinhi et al., 2025). Dalam konteks ekonomi Islam kontemporer, konsep *maqashid syariah* menjadi landasan penting dalam menilai aktivitas ekonomi, di mana setiap kegiatan ekonomi harus mengarah pada kemaslahatan serta keseimbangan antara aspek ekonomi dan sosial (Fatkhullah & Zen, 2026).

Di sisi lain, keberadaan usaha mikro seperti kedai kopi di lingkungan kampus turut memperkuat fenomena tersebut. UMKM memiliki peran penting dalam menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sekaligus mendorong aktivitas ekonomi lokal. Dalam ekonomi Islam, kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan aspek keadilan, keberkahan, dan kemanfaatan bagi masyarakat (Anwari, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara pelaku usaha dan konsumen tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga memiliki dimensi etis yang menjadi bagian dari praktik ekonomi mikro Islam dalam konteks kontemporer.

Fenomena tersebut dapat diamati pada keberadaan Kedai Kopi Forte Coffee di lingkungan kampus UIN Saizu yang menawarkan kopi berbahan dasar biji asli dengan harga yang relatif terjangkau bagi mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa mahasiswa mengonsumsi kopi tidak hanya sebagai bagian dari tren, tetapi juga sebagai kebutuhan untuk menunjang aktivitas perkuliahan, seperti mengurangi rasa lelah, meningkatkan fokus, dan mengatasi kantuk. Selain itu, faktor harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, di mana mahasiswa cenderung memilih produk yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Lebih lanjut, kualitas produk juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan konsumsi. Mahasiswa cenderung memilih kopi berbahan dasar biji asli dibandingkan kopi instan karena dinilai lebih baik dari segi rasa maupun dampaknya terhadap kesehatan. Hal ini sejalan dengan konsep konsumsi dalam ekonomi Islam yang tidak hanya menekankan aspek halal, tetapi juga *thayyib*, yaitu baik dan memberikan manfaat.

Dengan demikian, fenomena konsumsi kopi di kalangan mahasiswa menjadi menarik untuk dikaji dalam perspektif ekonomi mikro Islam. Kajian ini penting untuk memahami bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa terbentuk dalam konteks kontemporer serta kesesuaiannya dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang dilaksanakan di Kedai Kopi Forte Coffee di lingkungan kampus UIN Saizu. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara

mendalam perilaku konsumsi mahasiswa serta faktor-faktor yang memengaruhinya dalam konteks nyata. Selain itu, pendekatan kualitatif juga relevan untuk memahami makna konsumsi kopi di kalangan mahasiswa serta menganalisisnya dalam perspektif ekonomi mikro Islam. Metode studi kasus digunakan karena memberikan ruang bagi peneliti untuk mengkaji fenomena secara kontekstual, spesifik, dan holistik pada satu objek tertentu (Moleong, 2019; Sugiyono, 2021).

Proses penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan, yaitu pra-penelitian, pengumpulan data, analisis data, uji keabsahan data, dan penyusunan laporan. Tahap awal dilakukan melalui observasi pendahuluan untuk memahami kondisi Kedai Kopi Forte Coffee serta mengidentifikasi informan yang relevan. Selanjutnya, data dikumpulkan secara sistematis melalui observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Proses analisis dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data agar peneliti dapat mengembangkan pemahaman secara reflektif terhadap fenomena yang diteliti. Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik guna memastikan konsistensi dan kredibilitas data (Miles et al., 2014; Sugiyono, 2021).

Subjek penelitian ditentukan secara purposive, yaitu individu yang secara langsung terlibat dalam aktivitas konsumsi dan pengelolaan Kedai Kopi Forte Coffee. Informan utama terdiri dari mahasiswa sebagai konsumen serta pengelola kedai kopi. Pemilihan informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman langsung dan pemahaman yang memadai terkait perilaku konsumsi kopi di lingkungan kampus (Moleong, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif untuk mengamati perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi kopi serta pola interaksi yang terjadi di kedai, wawancara mendalam untuk menggali motivasi, preferensi, dan pertimbangan mahasiswa dalam mengonsumsi kopi, serta dokumentasi untuk melengkapi data berupa informasi harga, menu, dan kondisi tempat. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara aktif menginterpretasikan data dan memahami konteks fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2021).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara induktif, di mana temuan lapangan dikembangkan menjadi pola, tema, dan kategori yang relevan dengan fokus penelitian. Hasil analisis kemudian dikaitkan dengan konsep ekonomi mikro dan ekonomi mikro Islam, seperti rasionalitas konsumen, preferensi, masalah, serta prinsip konsumsi yang tidak berlebihan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi dan member checking untuk memastikan kesesuaian antara interpretasi peneliti dan informasi yang diberikan oleh informan (Miles et al., 2014).

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa pada Kedai Kopi Forte Coffee menunjukkan karakteristik konsumsi yang rasional dan tidak berlebihan. Konsumsi kopi yang dilakukan mahasiswa lebih didorong oleh

kebutuhan untuk menunjang aktivitas akademik, seperti mengurangi rasa lelah dan meningkatkan fokus, daripada sekadar mengikuti tren atau gaya hidup.

Selain itu, faktor harga dan kualitas produk menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Harga yang terjangkau serta kualitas kopi yang menggunakan biji asli memberikan nilai tambah bagi mahasiswa, sehingga konsumsi tersebut dianggap wajar dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian antara preferensi konsumen dengan prinsip efisiensi dalam ekonomi mikro.

Dalam perspektif ekonomi mikro Islam, perilaku konsumsi mahasiswa tersebut mencerminkan prinsip keseimbangan (*tawazun*), tidak berlebihan (*israf*), serta mempertimbangkan kemaslahatan (*maslahah*). Konsumsi tidak hanya dilihat dari sisi kepuasan semata, tetapi juga dari manfaat dan dampaknya bagi individu. Di sisi lain, pelaku usaha juga menunjukkan praktik yang sesuai dengan nilai ekonomi Islam, seperti penetapan harga yang adil dan penyediaan produk yang berkualitas.

Dengan demikian, fenomena konsumsi kopi di lingkungan kampus dapat dipahami sebagai bagian dari praktik ekonomi mikro Islam kontemporer dalam skala sederhana. Interaksi antara konsumen dan pelaku usaha tidak hanya mencerminkan aktivitas ekonomi semata, tetapi juga menunjukkan adanya penerapan nilai-nilai etika, keadilan, dan kemaslahatan dalam kehidupan sehari-hari.

### Daftar Pustaka

- Anwari, M. S. (2026). Optimalisasi UMKM berbasis ekonomi Islam: Model manajemen keuangan dan pemasaran kontemporer. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin (JIMU)*, 4(1), 709-716.
- Dinhi, Z. D., Assidiq, M. Z. A., & Utomo, Y. T. (2025). Implementasi konsep ekonomi Islam pada transaksi bisnis di era kontemporer. *Jurnal Bisnis*, 3(6), 91-100.
- Fatkhullah, I., & Zen, M. (2026). Integrasi maqashid syariah dan SDGs dalam model pembiayaan mikro syariah kontemporer. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 5(1)..
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Ihsan, A. (2022). *Gambaran Umum Perbankan Syariah di Indonesia*.
- Moleong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Syahidin, A., Dalimunthe, S. M., Fahmi, A. L., & Mahar, R. M. (2026). Rekonstruksi pemikiran ekonomi Islam: Analisis historis dan implikasinya bagi keuangan kontemporer. *Jurnal Masharif al Syariah*, 11(1).