



DILEMA KONSUMEN MAHASISWA TADRIS IPS UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON DALAM MEMILIH PRODUK RAMAH LINGKUNGAN: ANALISIS FAKTOR PENENTU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Shufiyati¹, Navila Laela Herti², Andika Septy Pratama³
Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia
shufiyati84@gmail.com

Diserahkan tanggal 09 Juni 2024 | Diterima tanggal 09 Juni 2024 | Diterbitkan tanggal 31 Maret 2025

Abstract:

This study aims to investigate the factors influencing the consumer dilemma of Tadris IPS students at UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon in choosing environmentally friendly products. Employing an observational method using interviews and an Islamic economics framework, data was collected through in-depth interviews with 5 students. The results indicate that the most significant factors influencing consumer dilemma are price, product availability, and personal values. Islamic economic principles, such as tawhid (unity of God), khilafah (stewardship), and adl (justice), were found to moderate the relationship between these factors and the environmental dilemma. The study concludes that addressing the environmental dilemma requires a holistic approach that considers consumer behavior, product availability, and Islamic economic principles.

Keywords: Consumer Dilemma, Tadris IPS, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Islamic Economics

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi dilema konsumen mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam memilih produk ramah lingkungan. Menggunakan metode observasi dengan wawancara dan kerangka ekonomi Islam, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 5 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling signifikan mempengaruhi dilema konsumen adalah harga, ketersediaan produk, dan nilai-nilai pribadi. Prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti tauhid (keesaan Allah), khilafah (penjagaan), dan adl (keadilan), ditemukan memoderasi hubungan antara faktor-faktor ini dan dilema lingkungan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mengatasi dilema lingkungan memerlukan pendekatan holistik yang mempertimbangkan perilaku konsumen, ketersediaan produk, dan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci: Dilema Konsumen, Tadris IPS, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Ekonomi Islam

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Konsumerisme dan gaya hidup modern telah memberikan dampak signifikan terhadap lingkungan, menyebabkan permasalahan keberlanjutan yang semakin kompleks. Fenomena ini menciptakan dilema antara pemenuhan kebutuhan dan upaya menjaga kelestarian alam, termasuk di kalangan mahasiswa (Harriguna & Wahyuningsih, 2021). Sebagai bagian dari masyarakat intelektual, mahasiswa memiliki peran strategis dalam mendorong kesadaran lingkungan, baik melalui tindakan konsumsi pribadi maupun melalui edukasi kepada masyarakat. Mahasiswa Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, sebagai calon pendidik, memiliki tanggung jawab moral dalam menanamkan nilai-nilai keberlanjutan lingkungan kepada peserta didik mereka di masa depan. Oleh karena itu, keputusan konsumsi mereka terhadap produk ramah lingkungan menjadi relevan untuk dikaji.

Namun, dalam praktiknya, mahasiswa sering menghadapi dilema dalam memilih produk ramah lingkungan. Faktor-faktor seperti harga yang relatif lebih tinggi, keterbatasan ketersediaan produk, serta nilai-nilai pribadi yang beragam, menjadi penghambat utama dalam pengambilan keputusan konsumsi mereka. Dilema ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan perspektif ekonomi Islam, yang mengajarkan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial. Prinsip-prinsip utama dalam ekonomi Islam, seperti tauhid (keesaan Allah), khilafah (peran manusia sebagai penjaga lingkungan), dan adl (keadilan), dapat menjadi landasan etis bagi mahasiswa dalam menghadapi dilema konsumsi ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi dilema konsumsi mahasiswa, serta bagaimana prinsip ekonomi Islam berperan dalam memoderasi hubungan antara faktor-faktor tersebut.

Penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mengatasi dilema konsumsi mahasiswa terhadap produk ramah lingkungan. Beberapa pertanyaan utama yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah: (1) Apa saja faktor yang mempengaruhi dilema konsumsi mahasiswa Tadris IPS dalam memilih produk ramah lingkungan? (2) Bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam memoderasi hubungan antara faktor-faktor tersebut dan keputusan konsumsi mahasiswa? (3) Strategi apa yang dapat diterapkan untuk membantu mahasiswa mengatasi dilema konsumsi ini?

Berdasarkan tinjauan pustaka, beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa faktor harga, ketersediaan produk, dan nilai-nilai pribadi merupakan elemen utama yang mempengaruhi pilihan konsumsi mahasiswa terhadap produk ramah lingkungan. Namun, penelitian yang mengkaji peran ekonomi Islam dalam memoderasi hubungan tersebut masih sangat terbatas. Beberapa studi menunjukkan bahwa prinsip ekonomi Islam dapat memberikan kerangka etis dalam pengambilan keputusan konsumsi yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Berdasarkan kajian awal ini, penelitian ini mengajukan tiga hipotesis utama: (1) terdapat hubungan yang signifikan antara faktor-faktor seperti harga, ketersediaan produk, dan nilai-nilai pribadi dengan dilema konsumsi mahasiswa, (2) prinsip-prinsip ekonomi Islam berperan dalam memoderasi hubungan tersebut, dan (3) strategi yang efektif untuk mengatasi dilema ini adalah dengan mengintegrasikan pendidikan konsumen berkelanjutan dan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelajaran di jurusan Tadris IPS.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pemahaman mengenai dilema konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam, serta merumuskan strategi yang dapat mendorong mahasiswa menjadi konsumen yang lebih sadar lingkungan. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan dan program edukasi yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan mahasiswa, khususnya di lingkungan akademik UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh terhadap dilema konsumen mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam memilih produk ramah lingkungan (Creswell, 2014). Metode wawancara mendalam dipilih untuk memperoleh perspektif langsung dari partisipan penelitian, sehingga setiap subjek dapat memberikan pandangan yang unik terhadap isu yang diteliti (Miles, Huberman, & Saldana, 2014).

Sumber data dalam penelitian ini adalah wawancara dengan lima mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, yaitu Amanda Nurizqi (6), Milik Rusida (6), Alfina Damayanti (6), Nadila Wulandari (4), dan Wildan Sayuthi Mahatma. Pemilihan partisipan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Patton, 2002). Kriteria pemilihan partisipan meliputi:

1. Mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Berminat terhadap isu kelestarian lingkungan.
3. Memiliki pengalaman dalam memilih produk ramah lingkungan.

Wawancara dilakukan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur yang telah disusun sebelumnya. Panduan ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan dilema konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan, faktor-faktor yang mempengaruhi dilema tersebut, serta peran prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam memoderasi hubungan antara faktor-faktor tersebut dan dilema konsumsi mahasiswa.

Data yang diperoleh dari wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Teknik ini merupakan proses identifikasi, kategorisasi, dan interpretasi pola-pola yang muncul dari data (Braun & Clarke, 2006). Tahapan analisis tematik dilakukan sebagai berikut:

1. Membaca dan mencatat data: Data wawancara dibaca dan dicatat secara berulang untuk memperoleh pemahaman yang mendalam.
2. Mengidentifikasi tema: Peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam data.
3. Mengkategorikan tema: Tema-tema yang telah diidentifikasi dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih umum untuk memahami keterkaitan antar-tema.
4. Menginterpretasikan tema: Makna dari tema dan kategori yang telah diidentifikasi diinterpretasikan untuk memberikan wawasan lebih mendalam mengenai dilema konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan.

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan aspek etika penelitian. Sebelum wawancara, peneliti mendapatkan persetujuan dari partisipan dengan menjelaskan tujuan penelitian serta hak partisipan untuk menarik diri kapan saja. Identitas partisipan dijaga kerahasiaannya untuk memastikan privasi dan keamanan informasi yang diberikan (Silverman, 2013).

Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dilema konsumen mahasiswa dalam memilih produk ramah lingkungan, serta bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat berperan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi.

PEMBAHASAN

Konsep Produk Ramah Lingkungan

Konsep produk ramah lingkungan adalah produk berorientasi pasar yang menyebabkan degradasi lingkungan minimal dan produksinya terkait dengan proses pengembangan produk terstruktur dengan mempertimbangkan dampak yang dapat ditimbulkannya terhadap lingkungan

sepanjang siklus hidupnya, Oleh karena itu, Pengenalan produk ramah lingkungan kepada masyarakat sangat diperlukan (Melvianawati et al., 2023).

Secara konseptual, produk ramah lingkungan tidak hanya menitikberatkan pada aspek fungsionalitas dan manfaat bagi konsumen, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana produk tersebut berdampak terhadap lingkungan dalam jangka panjang. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip keberlanjutan yang menekankan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam praktiknya, produk ramah lingkungan biasanya melibatkan bahan baku yang dapat didaur ulang, proses produksi yang hemat energi, serta kemasan yang biodegradable atau dapat digunakan kembali.

Lestari (2019) mendefinisikan minat beli produk ramah lingkungan yaitu minat konsumen untuk membeli produk tertentu yang dihasilkan dari kebutuhan lingkungan. Sebelum pembelian, konsumen mulai dengan mengumpulkan informasi produk berdasarkan pengalaman pribadi dan lingkungan eksternal. Ketika jumlah informasi mencapai tingkat tertentu, konsumen mulai penilaian dan proses evaluasi dan membuat keputusan pembelian setelah perbandingan dan penilaian.

Analisis terhadap konsep ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam memilih produk ramah lingkungan tidak hanya bergantung pada faktor individu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti informasi, tren pasar, dan regulasi pemerintah. Konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan cenderung lebih selektif dalam memilih produk, terutama jika produk tersebut memiliki sertifikasi lingkungan yang kredibel. Namun, dilema sering muncul ketika faktor harga dan ketersediaan produk menjadi hambatan utama dalam keputusan pembelian.

Selain itu, minat beli produk ramah lingkungan juga berkaitan erat dengan faktor psikologis dan sosial. Konsumen yang memiliki pengalaman positif dengan produk ramah lingkungan sebelumnya lebih cenderung mengulang pembelian dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, kurangnya edukasi mengenai manfaat produk ramah lingkungan dapat menyebabkan rendahnya minat beli di kalangan konsumen yang belum memiliki pemahaman yang memadai.

Dengan demikian, pengenalan produk ramah lingkungan kepada masyarakat harus dilakukan secara strategis melalui kampanye edukasi, kebijakan pemerintah yang mendukung, serta inovasi produk yang lebih terjangkau dan mudah diakses oleh konsumen. Hal ini akan membantu meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku konsumsi menuju pola yang lebih berkelanjutan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dilema Konsumen

Penelitian ini mengkaji dilema konsumen mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam memilih produk ramah lingkungan. Faktor-faktor yang paling signifikan mempengaruhi dilema konsumen adalah harga, ketersediaan produk, dan nilai-nilai pribadi. Prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti tauhid (keesaan Allah), khilafah (penjagaan), dan adl (keadilan), ditemukan memoderasi hubungan antara faktor-faktor ini dan dilema lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dilema konsumen mahasiswa adalah harga, ketersediaan produk, dan nilai-nilai pribadi. Berikut adalah pemaparannya.

1. Harga sebagai faktor ekonomi berperan signifikan dalam menentukan pilihan mahasiswa. Produk ramah lingkungan umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional, sehingga menciptakan dilema bagi mahasiswa dengan keterbatasan finansial. Hal ini selaras dengan penelitian Paulina (2017) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan seseorang mempengaruhi kemampuan mereka dalam membeli produk tertentu. Faktor harga memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap dilema konsumen mahasiswa. Artinya, semakin tinggi

- harga produk ramah lingkungan, semakin besar dilema yang dialami mahasiswa dalam memilihnya.
2. Ketersediaan Produk merupakan faktor penting lainnya. Produk ramah lingkungan yang sulit ditemukan di pasaran menyebabkan mahasiswa mengalami kendala dalam memilihnya, meskipun mereka memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya produk tersebut. Faktor ini menunjukkan bahwa aspek distribusi dan aksesibilitas memainkan peran kunci dalam membentuk keputusan pembelian. Faktor ketersediaan produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap dilema konsumen mahasiswa. Artinya, semakin mudah produk ramah lingkungan tersedia, semakin kecil dilema yang dialami mahasiswa dalam memilihnya.
 3. Nilai-Nilai Pribadi berperan dalam membentuk sikap mahasiswa terhadap keberlanjutan lingkungan. Mahasiswa yang memiliki kesadaran dan kepedulian tinggi terhadap lingkungan cenderung lebih mempertimbangkan dampak ekologis dalam keputusan konsumsi mereka. Namun, bagi mahasiswa yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang keberlanjutan, dilema semakin kuat karena mereka harus menyeimbangkan antara preferensi pribadi dan kondisi ekonomi mereka. Faktor nilai-nilai pribadi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap dilema konsumen mahasiswa. Artinya, semakin kuat nilai-nilai pribadi mahasiswa terhadap kelestarian lingkungan, semakin kecil dilema yang dialami dalam memilih produk ramah lingkungan.

Dalam hal memilih produk ramah lingkungan, terdapat faktor faktor yang mempengaruhi dilema konsumen, seperti faktor usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup seseorang mempengaruhi keputusan dalam memilih produk tersebut. Selain itu, tingkat pendapatan seseorang juga mempengaruhi kemampuan mereka untuk membeli produk tertentu (Paulina, 2017).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun harganya lebih mahal, mahasiswa tetap memilih membeli produk ramah lingkungan karena mereka peduli terhadap kelestarian lingkungan. Namun, mereka seringkali terkendala oleh sulitnya menemukan produk ramah lingkungan di pasaran. Selain itu, nilai-nilai pribadi seperti kepedulian terhadap lingkungan dan keyakinan agama juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian mereka. Prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat membantu mahasiswa dalam mengatasi dilema konsumen dan memilih produk yang lebih ramah lingkungan (Rahman, 2021).

1. Tauhid menekankan bahwa menjaga lingkungan adalah bagian dari ibadah kepada Allah. Dengan memahami konsep ini, mahasiswa dapat lebih terdorong untuk memilih produk ramah lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab spiritual mereka. Selain itu, tauhid mengingatkan mahasiswa bahwa Allah adalah pencipta alam semesta dan manusia harus menjaganya.
2. Khilafah mengajarkan manusia untuk menjadi penjaga bumi dan bertanggung jawab dalam penggunaan sumber daya alam. Prinsip ini memberikan landasan bagi mahasiswa untuk lebih selektif dalam memilih produk yang tidak merusak lingkungan. Dengan khilafah, mendorong mahasiswa untuk bertanggung jawab atas kelestarian alam dan menggunakan sumber daya alam secara berkelanjutan.
3. Adl atau keadilan mengajarkan keseimbangan dalam kehidupan, termasuk dalam keputusan konsumsi. Mahasiswa yang memahami prinsip ini akan lebih mempertimbangkan aspek sosial dan ekologis dalam memilih produk, meskipun dihadapkan pada keterbatasan ekonomi. Adl juga mendorong mahasiswa untuk adil dalam mempertimbangkan semua faktor, termasuk dampak lingkungan, dalam mengambil keputusan pembelian.

Dengan demikian, dilema konsumen mahasiswa dalam memilih produk ramah lingkungan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan aksesibilitas, tetapi juga oleh nilai-nilai pribadi dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Oleh karena itu, pendekatan holistik yang mengintegrasikan edukasi lingkungan, peningkatan akses terhadap produk ramah lingkungan, dan pemahaman nilai-nilai Islam dapat menjadi solusi dalam mengatasi dilema tersebut. Pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor ini akan membantu mahasiswa dalam membuat keputusan konsumsi yang lebih bijak dan berkelanjutan.

Peran Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat membantu mahasiswa dalam mengatasi dilema konsumen dan memilih produk yang lebih ramah lingkungan. Penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam konteks ini memberikan pandangan etis dalam pengambilan keputusan konsumsi (Nurul Hafizah, 2020):

1. Tauhid (keesaan Allah): Tauhid mengingatkan mahasiswa bahwa Allah adalah pencipta alam semesta dan manusia harus menjaganya. Hal ini mendorong mahasiswa untuk memilih produk yang ramah lingkungan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah Swt. Dalam hal ini, Mahasiswa yang memiliki kesadaran tauhid akan lebih memahami bahwa Allah menciptakan alam semesta untuk dijaga. Kesadaran ini dapat mendorong mereka untuk memilih produk ramah lingkungan sebagai bentuk ibadah dan rasa syukur kepada Allah Swt.
2. Khilafah (penjagaan): Khilafah mendorong mahasiswa untuk bertanggung jawab atas kelestarian alam dan menggunakan sumber daya alam secara berkelanjutan. Hal ini mendorong mahasiswa untuk memilih produk yang ramah lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap alam. Selain itu, sebagai khalifah di bumi, manusia memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kelestarian lingkungan. Prinsip ini menanamkan rasa tanggung jawab pada mahasiswa agar lebih bijak dalam memilih produk yang tidak mencemari lingkungan dan mengurangi konsumsi yang merugikan ekosistem.
3. Adl (keadilan): Adl mendorong mahasiswa untuk adil dalam mempertimbangkan semua faktor, termasuk dampak lingkungan, dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini mendorong mahasiswa untuk memilih produk yang ramah lingkungan sebagai bentuk keadilan mereka terhadap generasi mendatang. Selain itu, keadilan dalam ekonomi Islam tidak hanya berlaku untuk kepentingan individu, tetapi juga mencakup generasi mendatang. Mahasiswa yang memahami prinsip adl akan lebih mempertimbangkan dampak jangka panjang dari konsumsi mereka, sehingga mendorong mereka untuk memilih produk ramah lingkungan sebagai bentuk keadilan terhadap lingkungan dan masyarakat di masa depan.

Dengan demikian, dilema konsumen mahasiswa dalam memilih produk ramah lingkungan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan aksesibilitas, tetapi juga oleh nilai-nilai pribadi dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Oleh karena itu, pendekatan holistik yang mengintegrasikan edukasi lingkungan, peningkatan akses terhadap produk ramah lingkungan, dan pemahaman nilai-nilai Islam dapat menjadi solusi dalam mengatasi dilema tersebut. Pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor ini akan membantu mahasiswa dalam membuat keputusan konsumsi yang lebih bijak dan berkelanjutan.

Strategi untuk Mengatasi Dilema Konsumen

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan tentang Dalam penelitian ini, penulis memperoleh hasil mengenai seberapa besar pemilihan mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam memilih produk ramah

lingkungan. Amanda Nurizqi mahasiswa semester 6 jurusan Tadris IPS menyampaikan bahwa dia lebih memilih membeli produk ramah lingkungan meskipun harganya lebih mahal walaupun harga produk tersebut menjadi faktor utama dalam memutuskan untuk membeli atau tidaknya produk ramah lingkungan. Amanda berkata bahwa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon perlu memberikan edukasi terkait produk ramah lingkungan kepada mahasiswanya, dan strategi lain yang dapat dilakukan kampus adalah untuk mendorong mahasiswa dalam memilih produk yang lebih ramah lingkungan dengan melaksanakan bazar dan menyediakan produk-produk yang ramah lingkungan.

Sejalan dengan Amanda Nurizqi, informan lain yang berasal dari semester 6 ternyata memiliki pendapat yang sama. Alfina Damayanti berpendapat bahwa dia setuju untuk membeli produk ramah lingkungan meskipun harganya lebih mahal namun sulit menemukan produk ramah lingkungan di pasaran. Berikut penuturan hasil wawancara nya.

“Saya lebih memilih membeli produk ramah lingkungan meskipun harganya lebih mahal. Akan tetapi, harga produk tersebut menjadi faktor utama dalam memilih produk tersebut. Dan saya memahami bahwa Islam mengajarkan kita untuk menjaga kelestarian alam. Selain itu, Kampus dapat memainkan peran penting dalam mendorong siswa untuk memilih produk ramah lingkungan dengan menerapkan berbagai strategi yang komprehensif. Kombinasi edukasi, kemudahan akses, infrastruktur yang mendukung, dan pemberdayaan komunitas dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi adopsi gaya hidup ramah lingkungan di kalangan mahasiswa”.

Dari pernyataan tersebut, peneliti mengamati bahwa mahasiswa lebih memilih membeli produk ramah lingkungan walaupun harga produk tersebut masih menjadi pertimbangan untuk dibeli. Dan kampus berperan penting dalam menerapkan berbagai strategi yang komprehensif. Terkait edukasi, kemudahan akses infrastruktur yang mendukung, dan komunitas yang menciptakan lingkungan yang kondusif bagi gaya hidup ramah lingkungan di lingkungan mahasiswa”

Selain Amanda dan Alfina, Nadila Wulandari juga mengatakan bahwa dia lebih memilih membeli produk ramah lingkungan meskipun harganya lebih mahal dan ingin berkontribusi terkait dengan kelestarian lingkungan dengan cara membeli produk ramah lingkungan. Karena dia merasa bahwa dia bertanggung jawab untuk melindungi lingkungannya dan merasa bangga dengan dirinya ketika bisa membeli produk yang ramah lingkungan yang ramah lingkungan. Dia berpendapat bahwa “Kampus perlu memberikan edukasi tentang produk ramah lingkungan kepada mahasiswanya dengan cara menyelenggarakan program pendidikan dan kesadaran lingkungan melalui seminar atau kampanye dengan hal ini dapat membantu mahasiswa untuk memahami pentingnya memilih produk ramah lingkungan dan melihat dampaknya terhadap lingkungan.

Sejalan dengan tiga pendapat di atas informan lain yaitu Wildan Sayuthi M mengatakan bahwa produk ramah lingkungan sangat setuju untuk dibeli meskipun harganya lebih mahal, namun sulit untuk menemukan produk ramah lingkungan yang tersedia di pasaran dan menjadi kendala untuk membelinya dan ketersediaan produk di toko-toko terdekat mempengaruhi keputusan untuk membelinya, Wildan sangat setuju apabila kampus UIN Cyber Syekh Nurjati Cirebon memberikan edukasi kepada mahasiswanya terkait produk ramah lingkungan dengan strategi untuk mendorong mahasiswa untuk mulai menggunakan produk ramah lingkungan dengan mengurangi penggunaan plastik dengan tote bag agar mengurangi sampah di kampus dan mengadakan pasar atau promosi terkait produk ramah lingkungan.

Lain halnya dengan Milik Rusida ia mengatakan bahwa setuju untuk membeli produk ramah lingkungan meskipun harganya lebih mahal namun dia tidak bersedia untuk membeli produk ramah lingkungan dengan harga yang sedikit lebih tinggi. Dia terpengaruh oleh iklan dan promosi dalam membeli produk termasuk produk yang tidak ramah lingkungan. Akan tetapi dia percaya bahwa adanya edukasi tentang produk ramah lingkungan itu sangat penting untuk

meningkatkan kesadaran konsumen terlebih mahasiswa, caranya bisa dengan mengadakan event bulan khusus yang berhubungan dengan kelestarian alam dan lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan banyak responden berencana untuk membeli produk ramah lingkungan walaupun harganya sedikit lebih mahal karena rasa peduli dengan kelestarian lingkungan dan ingin berkontribusi dengan pembeli produk ramah lingkungan, karena agama Islam mengajarkan kita untuk menjaga kelestarian alam dan untuk menjaga kelestarian lingkungan sangat termotivasi untuk mencoba membeli produk ramah lingkungan karena sejalan dengan nilai-nilai Islam. Sebelum berencana membeli produk tersebut responden sering mencari informasi tentang produk ramah lingkungan sebelum membelinya. Hal ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki perencanaan untuk memilih membeli produk ramah lingkungan meskipun harganya mahal namun Kendalanya adalah sulitnya menemukan produk ramah lingkungan di pasaran dan tokoh-toko terdekat menjadi faktor utama dalam memutuskan untuk membelinya.

Dari kelima informan tersebut dapat kita simpulkan bahwa, masih banyak orang yang aware terhadap pembelian produk ramah lingkungan untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari walaupun dengan harga yang lebih tinggi, dan pentingnya edukasi terkait produk-produk ramah lingkungan kepada mahasiswa di kampus dan TV lain yang dapat dilakukan untuk mendorong mahasiswa dalam memilih produk yang ramah lingkungan yaitu melaksanakan bazar dengan menyediakan produk yang ramah lingkungan, mengadakan event bulanan khusus yang berhubungan dengan kelestarian alam dan lingkungan, menyelenggarakan program pendidikan akan pentingnya kesadaran lingkungan melalui seminar atau kampanye untuk memahami penting yang memilih produk ramah lingkungan dan dampaknya terhadap lingkungan yang bisa dilaksanakan di kampus, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan mulai membudayakan menggunakan produk ramah lingkungan seperti mengurangi penggunaan plastik dengan tote bag untuk mengurangi adanya sampah di kampus. Selain itu, kampus juga memainkan peran penting dalam mendorong siswa untuk memilih produk ramah lingkungan dengan menerapkan berbagai strategi yang komprehensif, dengan mengkombinasikan edukasi, kemudahan akses, infrastruktur yang mendukung, dan memberdayakan komunitas untuk dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi gaya hidup yang ramah lingkungan di kalangan mahasiswa.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Tadris IPS UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya produk ramah lingkungan, meskipun masih menghadapi berbagai dilema dalam memilihnya. Faktor harga dan ketersediaan produk menjadi kendala utama dalam pengambilan keputusan pembelian, sementara nilai-nilai pribadi dan prinsip ekonomi Islam memberikan dorongan bagi mereka untuk tetap memilih produk ramah lingkungan.

Selain itu, kampus memiliki peran strategis dalam mengatasi dilema konsumen ini dengan menyediakan edukasi terkait produk ramah lingkungan, meningkatkan aksesibilitas produk melalui bazar atau promosi, serta menciptakan budaya konsumsi yang lebih berkelanjutan. Dengan kombinasi edukasi, infrastruktur yang mendukung, serta pemberdayaan komunitas, kampus dapat membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi mahasiswa dalam mengadopsi gaya hidup yang lebih ramah lingkungan. Dengan demikian, integrasi nilai-nilai Islam dalam pengambilan keputusan konsumsi dapat menjadi solusi efektif dalam mendorong perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.

- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Harriguna, T., & Wahyuningsih, T. (2021). Kemajuan Teknologi Modern untuk Kemanusiaan dan Memastikan Desain dengan Memanfaatkan Sumber Tradisional. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 2(1 Juni).
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Tanpa Kota: Universitas Brawijaya Press.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Melvianawati, L., Khoiriyah, A., & Permana, D. (2023). Penerapan Teknologi Pengolahan Limbah Minyak Goreng Menjadi Sabun Melalui Konsep Produk Ramah Lingkungan di Desa Mlajah, Kecamatan Bangkalan. *Journal of Economics Community Service*, 1(1).
- Nurul Hafizah, H.A.F. (2020). *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Paulina, Y. (2017). *Studi Eksplorasi Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar dan Edukasi Konsumen Ramah Lingkungan*. Tanpa Kota: UAJY.
- Rahman, M. T. (2021). *Sosiologi Islam*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Silverman, D. (2013). *Doing Qualitative Research* (4th ed.). London: SAGE Publications.