

PERILAKU KONSUMEN DAN UTILITAS : (ANALISIS KONSEP TOTAL UTILITY DAN MARGINAL UTILITY DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMSI)

Nindi Gita Sari¹, Siswohadi²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia

nindigitasari28@gmail.com¹, siswohadi@stiepemuda.ac.id²**Abstract**

Consumer behavior is an important aspect of microeconomics that explains how individuals choose goods and services to satisfy their needs and obtain utility under limited resources. This study aims to analyze the concepts of Total Utility and Marginal Utility in consumption decision-making and examine the relationship between consumer satisfaction, preferences, product prices, and budget constraints. This study employs a descriptive qualitative approach using a literature review method based on relevant microeconomic textbooks and academic publications. The discussion focuses on the relationship between total utility and marginal utility, the Law of Diminishing Marginal Utility, factors influencing consumption decisions, and the principle of utility maximization. Theoretically, total utility increases as long as marginal utility remains positive, while additional satisfaction tends to decline as consumption increases under certain conditions. Optimal consumption decisions are also associated with consumers' ability to consider marginal benefits, product prices, preferences, and income constraints. This study is expected to provide a conceptual understanding of the role of utility theory in explaining consumer behavior and rational, efficient consumption decisions.

Keywords: Consumer Behavior; Total Utility; Marginal Utility; Utility Maximization; Consumption Decisions.

Abstrak

Perilaku konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam kajian ekonomi mikro yang menjelaskan bagaimana individu menentukan pilihan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan serta memperoleh kepuasan dengan sumber daya yang terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep Total Utility (utilitas total) dan Marginal Utility (utilitas marginal) dalam pengambilan keputusan konsumsi, serta mengkaji hubungan antara tingkat kepuasan, preferensi konsumen, harga barang, dan keterbatasan anggaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur (literature review) melalui kajian terhadap buku ekonomi mikro dan publikasi ilmiah yang relevan. Pembahasan difokuskan pada hubungan antara utilitas total dan utilitas marginal, hukum utilitas marginal yang semakin menurun (Law of Diminishing Marginal Utility), faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi, serta prinsip maksimalisasi utilitas. Secara teoretis, utilitas total meningkat selama utilitas marginal bernilai positif, sedangkan tambahan kepuasan cenderung menurun seiring bertambahnya jumlah konsumsi dalam kondisi tertentu. Keputusan konsumsi yang optimal juga berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam mempertimbangkan manfaat tambahan, harga barang, preferensi, dan keterbatasan pendapatan. Kajian ini diharapkan dapat

Article history

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author**Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

memberikan pemahaman konseptual mengenai peran teori utilitas dalam menjelaskan perilaku konsumen serta pengambilan keputusan konsumsi yang rasional dan efisien.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen; Total Utility; Marginal Utility; Maksimalisasi Utilitas; Keputusan Konsumsi.

1. Pendahuluan

Pendahuluan: Perilaku konsumen merupakan aspek yang membahas bagaimana individu menentukan pilihan dalam mengonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan barang dan jasa dengan tingkat harga, manfaat, dan kualitas yang berbeda. Sementara itu, keterbatasan pendapatan mengharuskan konsumen menentukan prioritas dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki. Oleh karena itu, keputusan konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga berdasarkan preferensi, tingkat pendapatan, harga barang, dan kepuasan yang diharapkan.

Mahjudin (2025, hlm. 58) menjelaskan bahwa pemahaman terhadap keragaman dan kesamaan perilaku konsumen diperlukan untuk memperkirakan respons konsumen terhadap informasi serta mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan yang dapat membentuk keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan tersebut dapat dianalisis melalui teori utilitas, yaitu pendekatan yang menjelaskan bagaimana konsumen mengevaluasi kepuasan yang diperoleh dari kegiatan konsumsi.

Konsep utilitas dalam pendekatan ekonomi mikro dapat dijelaskan melalui Total Utility (utilitas total) dan Marginal Utility (utilitas marginal). Menurut Mandal (2007, hlm. 3), utilitas total menunjukkan keseluruhan kepuasan yang diperoleh dari sejumlah barang yang dikonsumsi, sedangkan utilitas marginal menggambarkan perubahan utilitas total akibat perubahan jumlah konsumsi. Kedua konsep tersebut memberikan dasar untuk memahami hubungan antara peningkatan konsumsi dan perubahan tingkat kepuasan yang diperoleh individu.

Salah satu prinsip dalam teori utilitas adalah Law of Diminishing Marginal Utility, yaitu hukum utilitas marginal yang semakin menurun. Prinsip ini menjelaskan bahwa tambahan kepuasan dari setiap unit barang yang dikonsumsi cenderung berkurang ketika jumlah konsumsi meningkat dalam kondisi tertentu. Mandal (2007, hlm. 3) menjelaskan bahwa utilitas total masih dapat meningkat ketika utilitas marginal bernilai positif, mencapai titik maksimum ketika utilitas marginal bernilai nol, dan mengalami penurunan ketika utilitas marginal bernilai negatif. Hubungan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan jumlah konsumsi tidak selalu menghasilkan tambahan kepuasan yang sama.

Pemahaman mengenai utilitas total dan utilitas marginal menjadi penting dalam menjelaskan bagaimana konsumen menentukan jumlah barang yang dikonsumsi. Dalam teori pilihan konsumen, keputusan yang optimal tidak hanya mempertimbangkan kepuasan yang diperoleh, tetapi juga memperhatikan harga barang, preferensi individu, dan keterbatasan anggaran. Shapiro et al. (2022) menjelaskan bahwa konsumen dapat menganalisis pilihan konsumsi melalui perbandingan utilitas marginal terhadap harga barang. Pendekatan ini menunjukkan bahwa konsumen perlu mempertimbangkan manfaat tambahan dari setiap satuan uang yang dikeluarkan untuk memperoleh kombinasi konsumsi yang memberikan kepuasan optimal.

Selain pertimbangan utilitas dan harga, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik produk yang tersedia. Harjadi dan Fatmasari (2025, hlm. 69) membahas bahwa keragaman produk memberikan alternatif pilihan kepada konsumen berdasarkan merek, ukuran, kualitas, dan karakteristik lainnya. Ketersediaan alternatif tersebut dapat memengaruhi proses

pemilihan produk sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen. Namun, banyaknya alternatif yang tersedia tidak secara otomatis menghasilkan keputusan konsumsi yang optimal karena konsumen tetap menghadapi keterbatasan pendapatan.

Berdasarkan uraian tersebut, konsep utilitas total dan utilitas marginal menjadi landasan penting untuk menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumsi. Pembahasan mengenai kedua konsep tersebut perlu dihubungkan dengan hukum utilitas marginal yang semakin menurun, preferensi konsumen, harga barang, dan keterbatasan anggaran agar dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai keputusan konsumsi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep Total Utility dan Marginal Utility dalam menjelaskan perilaku konsumen, mengkaji hubungan antara perubahan jumlah konsumsi dan tingkat kepuasan, serta menjelaskan bagaimana konsumen mempertimbangkan manfaat tambahan dan keterbatasan anggaran dalam menentukan pilihan konsumsi. Melalui pendekatan studi literatur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman konseptual mengenai penerapan teori utilitas dalam pengambilan keputusan konsumsi.

2. Tinjauan Pustaka Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan aspek penting dalam memahami bagaimana individu menentukan pilihan terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan serta memperoleh kepuasan. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki karakteristik, kebutuhan, dan pertimbangan yang berbeda sehingga keputusan pembelian tidak selalu menunjukkan pola yang sama.

Mahjudin (2025, hlm. 58) menjelaskan pentingnya memahami keragaman dan kesamaan perilaku konsumen agar pemasar dapat memperkirakan respons konsumen terhadap informasi yang diterima serta mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008, dalam Mahjudin, 2025, hlm. 58), model perilaku konsumen menggambarkan keterkaitan antara rangsangan pemasaran, rangsangan lingkungan, karakteristik pembeli, proses keputusan, dan respons pembelian.

Dalam konteks ekonomi mikro, perilaku konsumen dapat dianalisis lebih lanjut melalui konsep utilitas, yaitu bagaimana individu mempertimbangkan kepuasan yang diharapkan dari konsumsi barang atau jasa. Konsep Total Utility dan Marginal Utility menjadi landasan untuk memahami hubungan antara jumlah konsumsi, kepuasan, serta keputusan konsumen dalam menggunakan anggaran yang terbatas.

Konsep Total Utility dan Marginal Utility

Utilitas merupakan konsep dalam teori ekonomi mikro yang digunakan untuk menjelaskan tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen melalui kegiatan konsumsi barang atau jasa. Dalam pendekatan utilitas kardinal (*cardinal utility*), kepuasan konsumen dijelaskan melalui dua konsep utama, yaitu *Total Utility* (utilitas total) dan *Marginal Utility* (utilitas marginal). Kedua konsep tersebut digunakan untuk memahami hubungan antara jumlah barang yang dikonsumsi dan perubahan tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

Total Utility (TU) merupakan keseluruhan kepuasan yang diperoleh konsumen dari sejumlah unit barang yang dikonsumsi. Sementara itu, *Marginal Utility* (MU) menunjukkan tambahan atau perubahan kepuasan yang diperoleh akibat perubahan jumlah konsumsi suatu barang. Berdasarkan penjelasan dalam buku *Microeconomic Theory* (Mandal 2007, hlm. 3), utilitas marginal dapat dihitung melalui perubahan utilitas total dibandingkan dengan perubahan jumlah barang yang dikonsumsi.

Secara matematis, hubungan tersebut dinyatakan sebagai berikut:

$$MU = \Delta TU / \Delta Q$$

Hubungan antara utilitas total dan utilitas marginal menunjukkan bahwa tambahan konsumsi tidak selalu memberikan kepuasan yang sama. Ketika utilitas marginal positif, utilitas total meningkat, meskipun tambahan kepuasan semakin menurun. Saat utilitas marginal mencapai nol, utilitas total berada pada titik maksimum. Sebaliknya, utilitas marginal negatif menyebabkan utilitas total menurun. Kondisi ini sesuai dengan *Law of Diminishing Marginal Utility*, yaitu prinsip bahwa tambahan kepuasan cenderung menurun seiring meningkatnya konsumsi barang. Dalam pengambilan keputusan, konsumen mempertimbangkan manfaat tambahan, tingkat kepuasan, dan sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu, konsep utilitas total dan utilitas marginal membantu menjelaskan keputusan konsumen dalam menentukan jumlah konsumsi untuk mencapai kepuasan optimal.

Hukum Utilitas Marginal yang Semakin Menurun (*Law of Diminishing Marginal Utility*)

Hukum utilitas marginal yang semakin menurun (*Law of Diminishing Marginal Utility*) merupakan prinsip ekonomi mikro yang menjelaskan bahwa tambahan kepuasan dari setiap unit barang yang dikonsumsi cenderung menurun. Menurut Mandal (2007, hlm. 3), utilitas total terus meningkat selama utilitas marginal positif. Ketika utilitas marginal mencapai nol, utilitas total berada pada titik maksimum. Sebaliknya, utilitas marginal negatif menyebabkan utilitas total menurun. Contohnya, seseorang yang haus memperoleh kepuasan tinggi dari gelas air pertama, tetapi tambahan kepuasan berkurang pada gelas berikutnya. Prinsip ini membantu konsumen mengalokasikan pendapatan secara optimal dengan mempertimbangkan manfaat tambahan dan biaya konsumsi.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumsi

Keputusan konsumsi merupakan proses individu dalam memilih barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keragaman produk, preferensi konsumen, harga, pendapatan, dan keterbatasan anggaran.

Menurut Harjadi dan Fatmasari (2025, hlm. 69), keragaman produk meliputi variasi merek, ukuran, warna, bahan, kualitas, dan ketersediaan yang memberikan alternatif bagi konsumen. Sementara itu, Hanum et al. (2026, hlm. 21) menjelaskan bahwa preferensi menggambarkan selera individu dalam memilih kombinasi barang berdasarkan kepuasan yang diharapkan. Preferensi tersebut dapat dianalisis melalui konsep utilitas dan kurva indiferensi.

Selain itu, harga dan pendapatan menentukan kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan. Friska et al. (2023, hlm. 93) menjelaskan bahwa budget constraint menggambarkan kombinasi barang yang dapat dibeli berdasarkan pendapatan dan harga. Irham et al. (2022, hlm. 1, 5-6) juga menekankan pentingnya alokasi anggaran antara konsumsi saat ini dan tabungan masa depan.

Zega et al. (2025, hlm. 1258, 1267) serta Safi'i et al. (2026, hlm. 187, 190) menunjukkan bahwa sensitivitas terhadap harga berkaitan dengan kondisi keuangan dan daya beli. Oleh karena itu, konsumen mempertimbangkan manfaat, kualitas, harga, serta kepuasan tambahan untuk menentukan pilihan konsumsi yang optimal di tengah keterbatasan sumber daya.

Maksimalisasi Utilitas dalam Keputusan Konsumsi

Maksimalisasi utilitas merupakan prinsip ekonomi mikro yang menjelaskan upaya konsumen memperoleh kepuasan tertinggi dengan sumber daya terbatas. Konsumen mempertimbangkan manfaat, harga, dan pendapatan dalam memilih kombinasi barang dan jasa yang sesuai dengan preferensinya.

Menurut Shapiro et al. (2022), maksimalisasi utilitas berkaitan dengan utilitas total (Total Utility), utilitas marginal (Marginal Utility), dan kendala anggaran (budget constraint). Konsumen tidak sekadar mengonsumsi barang sebanyak mungkin, tetapi memilih kombinasi yang

memberikan kepuasan optimal. Salah satu pertimbangannya adalah perbandingan utilitas marginal dengan harga barang. Pada kondisi optimum interior untuk dua barang, rasio utilitas marginal terhadap harga kedua barang bernilai sama.

$$MU_x/P_x = MU_y/P_y$$

Pada kondisi optimum interior, tambahan utilitas per satuan uang dari kedua barang bernilai sama. Jika salah satu barang memberikan utilitas marginal per satuan uang lebih tinggi, konsumen dapat menyesuaikan pengeluaran untuk meningkatkan kepuasan. Namun, kondisi ini tidak selalu berlaku ketika barang hanya tersedia dalam satuan utuh atau solusi optimal berada pada titik sudut. Selain itu, kendala anggaran membatasi pilihan konsumsi berdasarkan pendapatan dan harga barang, sehingga konsumen perlu menentukan kombinasi barang yang sesuai dengan kemampuan ekonominya. Secara matematis, kendala anggaran untuk dua barang dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$P_xX + P_yY \leq M$$

Pengeluaran konsumen tidak boleh melebihi anggaran yang dimiliki. Oleh karena itu, konsumen perlu memilih kombinasi barang yang terjangkau dan memberikan kepuasan tertinggi. Maksimalisasi utilitas menjadi landasan memahami keputusan konsumsi melalui pertimbangan utilitas marginal, harga, preferensi, dan keterbatasan anggaran untuk mencapai kepuasan optimal sesuai kondisi ekonomi.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai perilaku konsumen, kendala anggaran, dan utilitas telah dilakukan melalui pendekatan empiris, konseptual, matematis, maupun perspektif ekonomi Islam. Berbagai penelitian tersebut menjadi landasan untuk memahami hubungan antara preferensi, harga, pendapatan, dan kepuasan dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Zega et al. (2025) menganalisis pengaruh perilaku konsumen, kebutuhan, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian di Mie Gacoan Rantauprapat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini relevan karena menjelaskan pertimbangan konsumen terhadap harga dan manfaat produk. Namun, kajiannya berfokus pada keputusan pembelian dan belum mengintegrasikan konsep Total Utility (TU) dan Marginal Utility (MU).

Safi'i et al. (2026) meneliti preferensi konsumen terhadap susu segar, yogurt, dan es krim dalam perspektif ekonomi Islam. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk, aksesibilitas, pelayanan, harga, serta prinsip halal dan thayyib memengaruhi preferensi konsumen. Sementara itu, Kaharidoni dan Anggraini (2022) mengkaji perilaku konsumsi penggemar K-pop berdasarkan perspektif maqashid syariah. Kedua penelitian tersebut relevan dalam menjelaskan preferensi dan alokasi sumber daya, tetapi lebih menekankan konteks khusus dan perspektif ekonomi Islam dibandingkan hubungan TU dan MU secara konseptual.

Friska et al. (2023) menganalisis pengaruh religiusitas, budget constraint, dan media sosial terhadap perilaku konsumsi Muslim. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh signifikan secara simultan, sedangkan budget constraint tidak signifikan secara parsial. Penelitian ini memperlihatkan pentingnya keterbatasan anggaran dalam perilaku konsumsi, tetapi belum membahas mekanisme maksimalisasi utilitas secara mendalam.

Irham et al. (2022) membandingkan teori konsumsi Irving Fisher dengan pemikiran ekonomi Islam. Kajian tersebut menjelaskan rasionalitas konsumen dalam memilih kombinasi barang berdasarkan kendala anggaran serta mempertimbangkan konsumsi saat ini dan tabungan masa depan. Siswadi (2022) juga membahas fungsi utilitas, kurva indifferensi, MU, dan maksimalisasi kepuasan dalam perspektif ekonomi mikro Islam. Kedua penelitian tersebut menjadi landasan teoretis bagi analisis utilitas dan keterbatasan sumber daya.

Selanjutnya, Castro dan Araujo (2019) menjelaskan hubungan TU dan MU serta hukum utilitas marginal yang semakin menurun (*Law of Diminishing Marginal Utility*). Diyandini dan Kurniati (2023) membahas maksimalisasi utilitas melalui analisis matematis yang melibatkan kendala anggaran, *Marginal Rate of Substitution (MRS)*, dan rasio harga. Kedua kajian tersebut relevan untuk menjelaskan mekanisme pencapaian kepuasan maksimum.

Berdasarkan penelitian terdahulu, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh harga, pendapatan, preferensi, kualitas produk, dan keterbatasan anggaran. Namun, aspek-aspek tersebut cenderung dibahas secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada integrasi konsep TU, MU, *Law of Diminishing Marginal Utility*, preferensi konsumen, harga, dan kendala anggaran dalam menjelaskan pengambilan keputusan konsumsi. Kajian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai cara konsumen menentukan pilihan untuk mencapai kepuasan optimal dengan sumber daya terbatas.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi literatur (*literature review*). Data diperoleh dari berbagai sumber ilmiah yang relevan mengenai perilaku konsumen, utilitas, preferensi, harga, dan kendala anggaran. Analisis dilakukan dengan menelaah, membandingkan, serta menyintesis konsep teoretis dan hasil penelitian terdahulu tanpa mengumpulkan data primer dari responden.

Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data tersebut meliputi:

- a. Buku teks ekonomi mikro, khususnya literatur yang membahas teori perilaku konsumen, *Total Utility*, *Marginal Utility*, *Law of Diminishing Marginal Utility*, preferensi konsumen, dan *budget constraint*.
- b. Artikel jurnal ilmiah, baik nasional maupun internasional, yang membahas perilaku konsumen, preferensi, keputusan pembelian, maksimalisasi utilitas, kendala anggaran, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi.
- c. Publikasi dan dokumen akademik lainnya yang memiliki keterkaitan langsung dengan teori utilitas dan perilaku konsumen.

Pemilihan sumber dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi isi terhadap fokus penelitian, kredibilitas sumber, serta ketersediaan informasi yang dapat ditelusuri dan diverifikasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik dokumentasi. Teknik ini dilakukan dengan mencari, mengumpulkan, membaca, menelaah, dan mencatat informasi yang relevan dari berbagai sumber pustaka.

Tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Identifikasi literatur, yaitu melakukan penelusuran sumber ilmiah melalui basis data akademik seperti Google Scholar, GARUDA, dan portal penerbit jurnal menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan penelitian, antara lain *Total Utility*, *Marginal Utility*, *Law of Diminishing Marginal Utility*, *budget constraint*, *consumer behavior*, *consumer preference*, dan *consumption decision*.
- b. Seleksi literatur, yaitu memilih sumber berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, kredibilitas sumber, serta kesesuaian tahun dan substansi publikasi dengan kebutuhan penelitian.
- c. Ekstraksi dan pencatatan informasi, yaitu mencatat konsep, definisi, persamaan matematis, hasil penelitian, serta temuan penting dari setiap sumber yang telah dipilih.

d. Pengelompokan literatur, yaitu mengelompokkan informasi berdasarkan tema utama penelitian, meliputi perilaku konsumen, preferensi, TU, MU, hukum utilitas marginal yang semakin menurun, maksimalisasi utilitas, harga, dan *budget constraint*.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif-kualitatif dengan pendekatan sintesis kritis (*critical synthesis*). Analisis dilakukan dengan membandingkan konsep dan temuan dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang terintegrasi mengenai hubungan antara utilitas dan pengambilan keputusan konsumsi.

Tahapan analisis data meliputi:

a. Reduksi data, yaitu menyeleksi dan memfokuskan informasi dari berbagai literatur yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Informasi yang tidak berkaitan langsung dengan fokus penelitian tidak digunakan dalam proses analisis.

b. Penyajian data, yaitu menyusun informasi yang telah dipilih secara sistematis dalam bentuk uraian naratif dan perbandingan antarsumber. Penyajian ini digunakan untuk melihat persamaan, perbedaan, serta hubungan antarkonsep yang ditemukan dalam literatur.

c. Sintesis, yaitu mengintegrasikan berbagai konsep dan hasil penelitian terdahulu untuk membangun pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai hubungan antara TU, MU, preferensi konsumen, harga, dan *budget constraint* dalam pengambilan keputusan konsumsi.

d. Penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan hasil analisis berdasarkan sintesis terhadap berbagai sumber yang telah dikaji. Kesimpulan diarahkan untuk menjelaskan bagaimana konsep utilitas dapat digunakan dalam memahami perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan konsumsi.

4. Hasil dan Pembahasan

Konsep Total Utility dan Marginal Utility dalam Perilaku Konsumen

Dalam teori ekonomi mikro, perilaku konsumen dijelaskan melalui pilihan untuk memperoleh kepuasan optimal dengan mempertimbangkan manfaat, preferensi, harga, dan keterbatasan sumber daya. Mandal (2007, hlm. 3) menjelaskan konsep *Total Utility* (TU) sebagai keseluruhan kepuasan dari konsumsi, sedangkan *Marginal Utility* (MU) merupakan tambahan kepuasan akibat penambahan satu unit barang. Ketika konsumsi meningkat, TU dapat bertambah, tetapi tambahan kepuasan belum tentu sama. Kedua konsep ini membantu konsumen menentukan apakah perlu menambah konsumsi, mempertahankan jumlah pembelian, atau mengalihkan pengeluaran ke barang lain berdasarkan manfaat tambahan dan biaya yang dikeluarkan.

Hukum Utilitas Marginal yang Semakin Menurun

Hukum utilitas marginal yang semakin menurun (*Law of Diminishing Marginal Utility*) menjelaskan bahwa tambahan kepuasan cenderung berkurang ketika konsumsi barang terus meningkat, dengan asumsi faktor lain tetap. Castro dan Araujo (2019) membahas penurunan MU seiring bertambahnya konsumsi. Contohnya, seseorang yang lapar memperoleh kepuasan tinggi dari porsi makanan pertama, sedangkan porsi berikutnya memberikan tambahan kepuasan lebih kecil. Jika konsumsi berlebihan, tambahan konsumsi bahkan dapat menimbulkan ketidaknyamanan.

Tabel 1. Ilustrasi Hubungan Total Utility dan Marginal Utility

Jumlah Konsumsi (Gelas)	Total Utility (TU)	Marginal Utility (MU)
0	0	-
1	20	20
2	35	15
3	45	10

4	50	5
5	50	0
6	45	-5

Sumber: Ilustrasi hipotetis untuk menjelaskan hubungan TU dan MU, bukan data empiris dari penelitian terdahulu.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa ketika konsumsi meningkat, TU bertambah sementara MU menurun. Saat MU nol, TU mencapai maksimum, sedangkan MU negatif menyebabkan TU menurun. Selama MU positif, TU tetap meningkat meskipun pertambahannya semakin kecil. Hukum ini membantu konsumen mempertimbangkan manfaat tambahan dan biaya sebelum menambah konsumsi, dengan memperhatikan perubahan kebutuhan, preferensi, serta situasi konsumsi.

Peran Preferensi, Harga, dan Pendapatan dalam Keputusan Konsumsi

Keputusan konsumsi dipengaruhi oleh utilitas, preferensi, harga, pendapatan, dan ketersediaan alternatif. Preferensi menggambarkan kecenderungan individu dalam memilih barang berdasarkan kepuasan yang diharapkan. Hanum et al. (2026, hlm. 21) menjelaskan preferensi melalui teori pilihan konsumen dan kurva indiferensi. Perbedaan preferensi menyebabkan konsumen dengan pendapatan dan harga yang sama dapat memilih barang berbeda.

Harga menentukan pengorbanan ekonomi untuk memperoleh barang. Ketika harga meningkat, konsumen dapat mengurangi pembelian atau memilih alternatif yang lebih terjangkau. Zega et al. (2025) menunjukkan bahwa perilaku konsumen, kebutuhan, promosi, dan harga berkaitan dengan keputusan pembelian. Sementara itu, pendapatan membatasi kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehingga diperlukan penentuan prioritas.

Hubungan antara preferensi, harga, dan pendapatan menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan manfaat serta biaya sebelum menentukan pilihan. Oleh karena itu, konsep Total Utility (TU) dan Marginal Utility (MU) membantu menjelaskan bagaimana konsumen mengevaluasi kepuasan keseluruhan dan tambahan manfaat untuk menentukan konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan serta keterbatasan anggaran.

Maksimalisasi Utilitas dalam Kendala Anggaran

Kendala anggaran atau budget constraint dapat dinyatakan melalui persamaan berikut:

$$P_x X + P_y Y \leq M$$

Total pengeluaran konsumen tidak boleh melebihi anggaran. Diyandini dan Kurniati (2023) menjelaskan bahwa maksimalisasi utilitas melibatkan kendala anggaran, Marginal Rate of Substitution (MRS), dan rasio harga untuk menentukan kombinasi barang yang memberikan kepuasan maksimum sesuai preferensi konsumen.

Dalam model dua barang yang dapat dibagi secara kontinu, dengan preferensi yang sesuai dan solusi optimal interior, kondisi maksimalisasi utilitas dapat dinyatakan sebagai:

$$MU_x / P_x = MU_y / P_y$$

Pada kondisi optimal, tambahan utilitas per satuan uang dari setiap barang berada pada tingkat yang sama. Namun, kondisi ini tidak selalu berlaku, terutama pada pilihan konsumsi yang terbatas. Contohnya, mahasiswa dengan anggaran Rp100.000 dapat memilih kombinasi makanan dan minuman berbeda. Meskipun pengeluarannya sama, kepuasan yang diperoleh belum tentu setara. Oleh karena itu, maksimalisasi utilitas bergantung pada preferensi, manfaat barang, harga, serta kendala anggaran. Konsep TU dan MU membantu konsumen menentukan kombinasi barang yang memberikan kepuasan tertinggi sesuai kemampuan ekonominya.

Sintesis Konseptual Pengambilan Keputusan Konsumsi

Pengambilan keputusan konsumsi merupakan proses yang menghubungkan manfaat barang, preferensi, harga, dan keterbatasan anggaran. Total Utility (TU) menjelaskan keseluruhan

kepuasan, sedangkan Marginal Utility (MU) menunjukkan tambahan kepuasan akibat peningkatan konsumsi. Hukum utilitas marginal yang semakin menurun menjelaskan bahwa tambahan kepuasan cenderung berkurang ketika konsumsi bertambah.

Preferensi membantu konsumen menilai alternatif barang, sementara harga dan pendapatan membatasi pilihan yang tersedia. Melalui maksimisasi utilitas, konsumen berusaha memperoleh kepuasan tertinggi berdasarkan manfaat tambahan, harga relatif, dan kemampuan anggaran.

Sintesis penelitian terdahulu menunjukkan keterkaitan antarkonsep tersebut. Zega et al. (2025) membahas faktor keputusan pembelian, Castro dan Araujo (2019) mengkaji MU, sedangkan Diyandini dan Kurniati (2023) menjelaskan maksimisasi utilitas berdasarkan kendala anggaran. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan TU, MU, preferensi, harga, dan kendala anggaran untuk menjelaskan keputusan konsumsi secara teoretis, bukan membuktikan hubungan sebab-akibat melalui data primer.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa konsep utilitas merupakan salah satu dasar penting dalam memahami perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan konsumsi. Total Utility (TU) menggambarkan keseluruhan kepuasan yang diperoleh konsumen dari konsumsi suatu barang, sedangkan Marginal Utility (MU) menunjukkan tambahan kepuasan yang diperoleh dari setiap tambahan unit barang yang dikonsumsi.

Hubungan antara Total Utility dan Marginal Utility menunjukkan bahwa tambahan konsumsi pada awalnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi tambahan kepuasan tersebut cenderung semakin menurun setelah tingkat konsumsi tertentu. Kondisi ini sesuai dengan hukum diminishing marginal utility. Dengan demikian, konsumen perlu mempertimbangkan manfaat tambahan dari suatu barang sebelum menambah jumlah konsumsinya.

Keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat kepuasan, tetapi juga oleh preferensi konsumen, harga barang, pendapatan, dan keterbatasan anggaran. Dalam kondisi anggaran terbatas, konsumen berusaha mengalokasikan pendapatannya pada berbagai barang agar memperoleh tingkat kepuasan yang paling optimal. Secara konseptual, kondisi maksimisasi utilitas dapat dijelaskan melalui kesamaan utilitas marginal per satuan harga, yaitu $MU_x / P_x = MU_y / P_y$, dengan asumsi kondisi optimum interior dan barang yang dapat dikonsumsi secara kontinu.

Dengan demikian, analisis Total Utility dan Marginal Utility dapat membantu menjelaskan bagaimana konsumen menentukan jumlah dan kombinasi barang yang akan dikonsumsi. Pemahaman terhadap konsep tersebut menjadi penting karena keputusan konsumsi pada dasarnya merupakan proses memilih penggunaan sumber daya yang terbatas untuk memperoleh kepuasan yang optimal.

Saran

Bagi konsumen, pemahaman mengenai utilitas dapat digunakan sebagai dasar untuk mempertimbangkan manfaat dan biaya sebelum melakukan keputusan konsumsi, terutama ketika pendapatan dan anggaran yang dimiliki terbatas.

Bagi penelitian selanjutnya, analisis mengenai perilaku konsumen dan utilitas dapat dikembangkan dengan menggunakan data empiris melalui survei atau observasi terhadap kelompok konsumen tertentu. Penelitian selanjutnya juga dapat menguji hubungan antara preferensi, harga, pendapatan, dan keputusan konsumsi secara kuantitatif sehingga pembahasan mengenai maksimisasi utilitas dapat didukung oleh data lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Castro, L. C., & Araujo, A. S. (2019). Marginal utility & its diminishing methods. *International Journal of Tax Economics and Management*, 2(6), 35-47. <https://doi.org/10.35935/tax/22.4735>
- Diyandini, S. M., & Kurniati, E. (2023). Analisis maksimalisasi utilitas konsumen melalui grafik dan persamaan rumus. *DataMath: Journal of Statistics and Mathematics*, 1(1), 31-40. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/datamath/article/view/45>
- Friska, N. R., Lubis, F. A., & Hasibuan, R. R. A. (2023). Pengaruh religiusitas, budget constraint, dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi Muslim di Kecamatan Tanjung Morawa. *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 8(3), 90-101. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i3.21252>
- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2025). Determinasi keputusan pembelian konsumen: Peran kepercayaan merek, kualitas informasi dan keragaman produk. PT Arr Rad Pratama. https://books.google.co.id/books?id=IfJUEQAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Hanum, N., Miswar, Sulistiarini, E. B., Saiful, N. A. Q., Alfikri, Hadi, M. A., & Annisa. (2026). Ekonomi mikro untuk bisnis dan manajer: Pengambilan keputusan yang efisien. CV Pustaka Inspirasi Minang. https://www.karyailmiah.co.id/produk/_trashed-37/?srsltid=AYCX9vJenyy-BnuOuRurgvZPZsxlL77TQLv58f-nXvwezPCuUPhMt6pQ
- Irham, M., Harahap, N., Kumala, R., Tarigan, A. A., & Yafiz, M. (2022). Perbandingan teori konsumsi Irving Fisher, M. A. Mannan dan Monzer Kahf. *Edunomika*, 6(2), 1-15. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/5965>
- Kaharidoni, A. P., & Anggraini, Y. (2022). Analisis perilaku konsumsi penggemar K-pop di kalangan mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo angkatan 2018 (perspektif maqashid syariah). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 139-156. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.736>
- Mahjudin. (2025). Perilaku konsumen. CV. AE Media Grafika. https://play.google.com/store/books/details/Dr_Mahjudin_S_E_M_M_Perilaku_Konsumen?id=jcqLEQAAQBAJ
- Mandal, R. K. (2007). *Microeconomic theory*. Atlantic Publishers & Distributors. <https://books.google.co.id/books?id=y27glkFJEQQC&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Musa, K. S. P. (2025). Penerapan teori konsumen dalam menganalisis pola konsumsi masyarakat modern. *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, 3(1), 83-88. <https://malagbipublisher.com/index.php/MAKSI/article/view/651/773>
- Safi'i, S., Ghafur, A., & Rahman, M. A. (2026). Analisis faktor pembentuk preferensi konsumen, produk dan layanan KUD Argopuro dalam perspektif ekonomi Islam (perilaku dan preferensi konsumen dalam memilih produk dan layanan koperasi berbasis nilai ekonomi Islam). *Ekosiana: Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(2), 184-198. <https://journal.stainim.ac.id/index.php/ekosiana/article/view/671/317>
- Shapiro, D., MacDonald, D., & Greenlaw, S. A. (2022). *Principles of microeconomics 3e*. OpenStax. <https://openstax.org/books/principles-microeconomics-3e/pages/6-1-consumption-choices>
- Siswadi. (2022). Utility function (tingkat kepuasan) konsumen dalam Islam (studi perilaku konsumen dalam analisis etika, tujuan, batasan, fungsi dan peningkatan kepuasan dalam perspektif ekonomi mikro Islam). *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(1), 12-20. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i1.260>

Zega, M. T., Halim, A., & Munthe, A. M. (2025). Analisis pengaruh perilaku konsumen, kebutuhan konsumen, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Mie Gacoan Rantauprapat. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1254-1270.
<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/2490>