



Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam

Novi Winda Sari¹, Eka Sri Wahyuni², Andi Harpepen

UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, Indonesia

Corresponding Author: ✉ nwinda811@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa akibat penggunaan online shop dan apakah sesuai dengan etika konsumsi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu berupa penjabaran atau gambaran dalam bentuk tulisan yang dideskripsikan berdasarkan hasil penelitian. Hasil temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa konsumsi mahasiswa menjadi lebih konsumtif setelah menggunakan online shop, dimana mahasiswa belanja secara boros dan berlebihan yang tidak sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam

Keywords

Perilaku Konsumsi, Online Shop, Boros

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi berkembang sangat pesat dimana peran teknologi dan informasi menempati posisi yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat dalam melakukan kegiatan ataupun aktifitas mereka. Melalui data dari badan pusat statistik pada tahun 2020 dimana persentase pengguna *e-commerce* dari 34 provinsi di Indonesia adalah sebesar 90,18% sedangkan di provinsi Bengkulu sendiri yaitu sebesar 87,84%, dan persentase ini mengalami peningkatan setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik 2020, n.d.). Salah satu kegiatan yang sering dilakukan masyarakat adalah belanja online atau online shop.

Online shop pada dasarnya merupakan kegiatan jual beli yang sama seperti pada pasar tradisional maupun modern, hanya saja pada online shop ini kita memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi (Triningtyas & Megawati, 2019). Pada saat ini aplikasi belanja online sangat disukai oleh masyarakat (Fitria, 2015) dan termasuk juga para mahasiswa dimana para mahasiswa cenderung lebih menyukai belanja online dari pada belanja offline karena dinilai lebih mudah, dan hal ini menyebabkan adanya perilaku konsumtif dari mahasiswa itu sendiri.

Perilaku konsumtif ini akan berdampak pada perubahan pola perilaku belanja mahasiswa sebelum mengenal online shop dan sesudah mengenal online shop (Fatmawati, 2020). Dalam ilmu konvensional, konsumen dikatakan akan

membeli barang atau jasa untuk memenuhi tingkat kepuasan sedangkan perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya untuk memperoleh kepuasan tetapi juga untuk mencapai *mashlahah* dan untuk mendapatkan berkah dari barang dan jasa tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-a'raf ayat 31 yaitu:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan(QS. Al-A'raf 7, n.d.)

Dengan berbagai kemudahan yang diberikan pada belanja online ini menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif, hal ini tidak lepas dari berbagai kelebihan dan manfaat yang ditawarkan pada aplikasi belanja online itu sendiri dimana melalui aplikasi belanja online ini mahasiswa dapat melihat dan mencari berbagai macam produk yang diperjualbelikan sehingga menimbulkan adanya perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop tersebut.

Perilaku konsumtif merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan konsumsi tanpa henti agar mencapai kepuasan hasrat mereka, dan hal ini menjadi kebiasaan sehingga diterapkan secara berulang pada kurun waktu yang lama(Sipunga & Muhammad, 2014). Perilaku konsumtif dapat kita lihat dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Diantarnya banyak para mahasiswa memiliki kebiasaan membeli barang-barang seperti sepatu, tas, jilbab, baju, topi, dan lain sebagainya melalui berbagai toko jual beli online. Seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Zalora, Facebook, Instagram maupun Whatsapp.

Terdapat beberapa alasan mengapa mahasiswa lebih menyukai belanja menggunakan online shop. Salah satunya yaitu untuk mengikuti perkembangan zaman dan menjaga penampilan mereka agar terlihat keren dimata orang-orang, selain itu kegiatan belanja ini dilakukan hanya sebagai pemuas keinginan mereka karena adanya pengaruh *trend* dan mode dimasyarakat(Sipunga & Muhammad, 2014). Dimana terkadang barang-barang yang mereka beli bukan barang-barang yang mereka perlukan.

Dalam penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa didasarkan kerena adanya diskon, belanja untuk mengikuti *trend fashion*, belanja untuk menjaga penampilan diri, dan belanja karena pengaruh iklan. Kegiatan berbelanja melalui online shop memang sangat mudah dan praktis, oleh sebab itu mahasiswa yang selalu mengikuti perkembangan zaman dan *trend* dimasyarakat cenderung ingin selalu tampil

modis dan gaul didepan teman-teman mereka. Sehingga ini adalah masalah sebenarnya, bahwa penggunaan online shop memiliki dampak pada perilaku belanja mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu. Sehingga dalam hal ini penulis terdorong untuk meneliti penelitian yang berjudul **“Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”**.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada beberapa mahasiswa di Universitas Islam Negeri Fatmawati Bengkulu mereka menyatakan bahwa penggunaan online shop mengakibatkan peningkatan belanja mereka, dimana biasanya mereka menghabiskan uang sekitar 50 ribu rupiah perbulan untuk berbelanja. Namun saat menggunakan online shop mereka dapat menghabiskan sekitar 150 ribu rupiah perbulan untuk berbelanja.

Perilaku konsumtif merupakan sikap bertindak seseorang tanpa didasari pertimbangan secara rasional. Dan cenderung melakukan tindakan konsumsi tanpa batas, dan juga lebih mengutamakan keinginan untuk mencapai kepuasan yang ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebih-lebihan(Ningcahya & Rahmawati, 2020). Menurut Kotler online shop merupakan trend belanja yang menjadi kebiasaan sehari-hari para pembeli(Miranda, 2017) belanja online adalah bagian dari e-commerce yang lebih akrab dikenal sebagai online shopping ataupun online shop, di Indonesia sendiri sistem belanja online ini marak digunakan bersamaan dengan pesatnya perkembangan para pengguna jaringan internet dan hal tersebut berdampak pada nilai perjualbelian berbelanja online tersebut(Anwar & Adidarma, 2016). Sedangkan menurut pandangan Islam konsumsi merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dengan tujuan beribadah dan memperoleh ridho Allah supaya mendapatkan kesejahteraan dunia dan akhirat(Idri, 2015). Dalam ajaran Islam sendiri aktivitas konsumsi tidak dapat terpisah dengan nilai keimanan, sehingga keimanan ini menjadi acuan seorang muslim untuk melakukan kegiatan konsumsi sesuai syariat Islam.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif yang merupakan jenis penelitian yang memberikan gambaran dan penjabaran serta bertujuan memberikan penjelasan terkait variabel yang diteliti. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer penelitian dikumpulkan dengan cara observasi dan wawancara, dimana informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa periode 2018/2019 semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai populasi dan 30 orang diambil sebagai

sampel sesuai syarat penelitian. Sehingga *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini. Artinya orang-orang yang dipilih sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Data sekunder untuk penelitian diperoleh dari sumber tulisan maupun media massa yang mendukung penelitian sebagai acuan supaya tidak melewati batas dalam penganalisisan data di lapangan. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara serta menggunakan dokumentasi sebagai bahan pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan konsumsi seseorang yang dilakukan secara berlebih-lebihan dan tidak berdasarkan akal rasional, dimana perilaku konsumsi ini bertujuan untuk mencapai suatu kepuasan agar hasratnya terpenuhi. Seiring dengan perkembangan zaman maka terjadi perubahan perilaku konsumsi seseorang, dan perubahan tersebut merupakan salah satu dampak dari adanya penggunaan teknologi dan informasi melalui jejaring internet.

Salah satunya yaitu penggunaan online shop dikalangan masyarakat khususnya para mahasiswa dalam kegiatan belanja mereka, dimana penggunaan online shop ini menyebabkan perubahan perilaku konsumsi para mahasiswa. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada tiga puluh mahasiswa, peneliti mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa penggunaan online shop ini mengakibatkan terjadinya perubahan konsumsi mahasiswa menjadi lebih meningkat dari sebelumnya, hal ini tidak lepas dari berbagai kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan dalam aplikasi belanja online tersebut.

Penggunaan aplikasi online shop sebagai media berbelanja dikalangan mahasiswa merupakan salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif. Dengan aplikasi belanja online tersebut membuat seseorang dapat melihat dan mencari berbagai produk-produk menarik sehingga hal ini mendorong seseorang untuk membeli produk yang mereka lihat. Perilaku konsumsi mahasiswa menjadi lebih meningkat dimana mahasiswa menjadi lebih sering berbelanja setelah menggunakan aplikasi belanja online.

Mahasiswa melakukan pembelian barang pada aplikasi belanja online didasarkan pada 4 (empat) hal yaitu:

1. Mereka membeli barang kerana barang tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri.
2. Bungkus kemasan yang menarik menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam melakukan pembelian.

3. Mereka membeli barang dikarenakan rasa penasaran dengan fungsi barang tersebut.
4. Karena adanya hadiah yang ditawarkan pada toko-toko online sehingga mereka melakukan pembelian barang itu.

Dimana 24 mahasiswa menyatakan bahwa mereka membeli barang karena barang tersebut dianggap dapat membuat merasa percaya diri, barang-barang yang mereka beli merupakan barang sekunder yang meliputi tas, sepatu, baju, jilbab, dan bedak, serta produk kecantikan lainnya. Menurut Hakim percaya diri merupakan suatu perasaan dimana individu memiliki hal menarik dalam dirinya yaitu perasaan berharga dan bernilai. Dimana saat seseorang merasa lebih percaya diri, maka akan memiliki keyakinan terhadap diri sendiri, dan tidak memerlukan perbandingan dengan orang lain.

Perilaku belanja online mahasiswa selanjutnya karena kemasaan yang menarik dengan 22 informan setuju bahwa kemasaan yang menarik membuat mereka membeli barang tersebut. Kemasaan menurut Kotler adalah kegiatan perancangan barang untuk menentukan desain atau bungkus kemasaan suatu produk yang menjadikan identitas produk itu sendiri. Faktor-faktor mempengaruhi kemasaan dalam menarik minat pembeli meliputi tiga unsur. Pertama warna, biasanya konsumen akan melihat warna dari kemasaan sebelum bentuk dan rupa kemasaan. Warna yang bagus akan lebih meningkatkan minat beli konsumen, kedua bahan yang digunakan pada kemasaan tersebut seperti kertas, botol, plastik, dan sebagainya, ketiga bentuk kemasaan yang menjadi pendukung daya tarik visual bagi konsumen. Pembelian produk online selanjutnya dilakukan oleh 20 mahasiswa karena penasaran dengan fungsi produk tersebut sehingga dalam hal ini pembelian bukan didasari karena kebutuhan tetapi keinginan, fungsi produk yang dimaksud yaitu dimana mahasiswa tersebut tidak menggunakan barang itu sebelumnya, namun karena mereka ingin mengetahui manfaat barang itu mereka pun membelinya.

Perilaku belanja online berikutnya dilakukan mahasiswa karena adanya hadiah dari pembelian produk tersebut dengan 17 informan setuju. Hadiah merupakan sesuatu yang diberikan kepada seseorang dimana hadiah dapat berupa barang, uang, promo, dan lain sebagainya. Para mahasiswa menyatakan bahwa mereka membeli barang karena adanya gratis ongkir sehingga pembelian barang dilakukan dalam jumlah banyak untuk mendapatkan gratis ongkir tersebut.

Konsumsi Mahasiswa Sesuai dengan Etika Konsumsi Islam

Konsumsi merupakan aktivitas individu dalam menghabiskan, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. (Ilyas, 2016) Didalam Islam sendiri konsumsi merupakan kegiatan

memenuhi kebutuhan ekonomi dengan tujuan ibadah dan memperoleh ridho Allah SWT. Dalam ajaran Islam kegiatan konsumsi ini tidak lepas dari nilai keimanan sebagai acuan dasar untuk melakukan kegiatan konsumsi sesuai syariat Islam.

Etika konsumsi di dalam Islam seorang muslim harus membelanjakan hartanya secara bijak dan adil, dimana konsumsi tersebut dilakukan secara wajar sesuai kebutuhan bukan keinginan. Sehingga dalam hal ini Allah melarang seseorang melakukan konsumsi secara boros dan berlebih-lebihan.

Sebagaimana disebutkan pada surat Al-Isra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّمَا بُدِّرَ يُنكَأُو الْخَوَانَا الشَّيْطَانُ كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhan-nya.*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan terkait perilaku konsumsi mahasiswa berdasarkan etika konsumsi Islam, mendapatkan temua yang menjelaskan bahwa penggunaan online shop pada mahasiswa menyebabkan perilaku konsumsi mahasiswa menjadi lebih boros dari sebelumnya. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah pengeluaran untuk berbelanja.

Selain itu perilaku pemborosan ini juga diiringi dengan pembelian barang yang didasari bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi karena keinginan, dalam hal ini mahasiswa membeli produk tersebut karena rasa suka dan tertarik pada produk bukan karena produk tersebut dibutuhkan, dan perilaku pemborosan serta membeli barang kerena keinginan sangat bertentangan dengan etika konsumsi Islam. Dimana etika konsumsi Islam mengajarkan seseorang untuk belanja secara bijak tidak boros maupun kikir, dan barang yang dibeli merupakan barang dibutuhkan bukan diinginkan untuk kepuasan semata

KESIMPULAN

Penggunaan online shop pada mahasiswa menyebabkan Perilaku belanja mahasiswa menjadi lebih meningkat dari sebelumnya. Dimana perilaku belanja online ini didasarkan oleh 4 hal meliputi: a. belanja untuk meningkatkan rasa percaya diri b. membeli barang kerena bungkus kemasan yang menarik c. berbelanja karena penasaranaan akan fungsi barang d. berbelanja karena hadiah yang ditawarkan. Perilaku konsumsi mahasiswa karena penggunaan online shop menjadi lebih boros dari sebelumnya dan juga pembelian barang dilakukan untuk memenuhi keinginan hasrat semata bukan kebutuhan, dimana hal ini bertentangan dengan etika konsumsi Islam. Karena di dalam etika konsumsi Islam seseorang harus belanja secara bijak tidak boros maupun kikir, dan pembelian barang harus mendahulukan kebutuhan bukan keinginan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktot-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Undiksha*, 3(1), 55.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 156.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 1(2), 81.
- Badan Pusat Statistik 2020. (n.d.).
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 30.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 118.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Onilne di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 195.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 6.
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Persepektif Hadis Nabi*. Prenadamedia Group.
- Ilyas, R. (2016). Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Persepektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth*, 1(1), 153.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(1), 97-98.
- Ningcahya, I. R., & Rahmawati, L. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel). *Al-Iqtishadiyah*, 6(1), 56.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-commere. *Modus*, 27(2), 171.
- QS. *Al-A'raf* 7. (n.d.).
- Sipunga, puspita N., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua pada Siswa-Siswa SMA Kesatrian Semarang. *JSIP*, 3(1), 63.
- Triningtyas, D. A., & Megawati, T. M. (2019). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Online Shopping pada Remaja. *Jurnal Kependidikan*, 5(1), 17.