

PERILAKU DALAM BELANJA ONLINE PADA SAAT PANDEMI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

Nur Hasanah¹, Dony Burhan Noor Hasan²

Abstrak

Ditengah pandemi seperti saat ini telah merubah berbagai macam kehidupan masyarakat, salah satunya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang mana sebelumnya dilakukan secara offline kini beralih ke online. Hal tersebut membuat pola konsumsi masyarakat juga akan berubah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku dalam belanja online pada masa pandemi yang dilakukan oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan, metode yang digunakan dalam adalah kualitatif deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Mahasiswa Ekonomi Syariah. Sedangkan sumber data sekunder didapat dari beberapa literatur berupa buku, jurnal, dokumentasi dan sebagainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku dalam belanja online yang dilakukan oleh mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura masih dalam koridor wajar dan tidak melanggar prinsip konsumsi dalam islam. Dalam belanja online mereka lebih memprioritaskan barang yang dibutuhkan, dan juga mempertimbangkan manfaat dan kegunaan dari barang yang akan dibeli, sehingga tidak semua barang yang di inginkan kemudian dibelinya. mereka belanja sesuai kebutuhan dan tidak berlebih-lebihan.

Kata Kunci: *Perilaku Belanja Online; Konsumsi Islam*

Abstract

In the midst of a pandemic like today it has changed various kinds of people's lives, one of which is in meeting daily needs which were previously done offline now. switch to online. This will change people's consumption patterns. The purpose of this study was to determine the behavior in online shopping during the pandemic carried out by Islamic Economics Students at Trunojoyo Madura University. This research is a type of field research. The method used in this research is descriptive qualitative. The primary data source in this study was obtained from the results of interviews conducted with Islamic Economics Students. While secondary data sources are obtained from several literatures in the form of books, journals, documentation, etc. The results showed that the behavior in online shopping carried out by students of Islamic Economics at Trunojoyo Madura University was still within the reasonable corridor and did not violate the principles of consumption in Islam. In online shopping they prioritize the items they need, and also consider the benefits and uses of the items to be purchased, so that not all the items they want are then bought. they shop as needed and not excessive.

Keywords: *Online Shopping Behavior; Islamic Consumption*

¹ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

² Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Email: donyburhan@trunojoyo.ac.id

PENDAHULUAN

Tidak lama ini dunia diguncang dengan adanya wabah *coronavirus*. Coronavirus adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia (Putra, 2020). Coronavirus jenis baru yang ditemukan saat ini adalah *Covid-19*. *Covid-19* adalah jenis penyakit baru yang belum pernah teridentifikasi sebelumnya oleh manusia. Gejala umum yang di alami oleh seseorang yanr terinfeksi covid-19 antara lain adalah gejala gangguan pernafasan akut seperti demam, batuk dan sesak nafas (Dewi, 2020). Pada tanggal 02 maret 2020 lalu Indonesia pertama kali terkonfirmasi kasus Covid-19, sebagaimana yang disampaikan oleh presiden Republik Indonesia, terdapat 2 Warga Negara Indonesia ditetapkan positif covid 19.

Untuk mencegah penyebaran virus tersebut pemerintah telah meminta masyarakat untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap penyebaran virus corona. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *Work From Home* (WFH). Sehingga hal tersebut berdampak pada aktifitas masyarakat, salah satunya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang dilakukan melalui layanan *online* atau yang kita sebut dengan berbelanja secara *online*. Hal tersebut membuat pola konsumsi masyarakat juga akan berubah.

Konsumsi diartikan sebagai perilaku seseorang yang menggunakan serta memanfaatkan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam ekonomi Islam, konsumsi identik dengan kesederhanaan dan tidak melakukan pemborosan. Oleh karena itu, dalam mengkonsumsi barang maupun jasa seorang konsumen harus mempertimbangkan apa saja yang dibutuhkan bukan berdasarkan keinginan semata. Karena Islam menganjurkan untuk memenuhi kebutuhan yang akan membawa manfaat (*kemaslahatan*) yang tidak diukur dengan kepuasan individu dalam berkonsumsi.

Sebesar 28,73% perilaku konsumen dipengaruhi oleh harga diskon. Hal ini akan menarik jika dikaitkan dengan kemudahan belanja online untuk melihat perubahan perilaku konsumen. Dari segi ekonomi Islam, potongan harga dan belanja online diperbolehkan jika tidak melanggar hal-hal yang dilarang dalam berbisnis (Ida Farida,2010).

Seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan yang haram, ia juga dilarang membelanjakan hartanya dalam hal yang diharamkan. Ia juga tidak dibenarkan membelanjakan uang di jalan dengan melebihi batas kewajaran karena sikap boros bertentangan dengan paham *istikhla'* harta majikannya (Allah) (Qardhawi, 2006). Selain itu, Islam menyeru agar dalam kehidupan bersikap sederhana serta menjauhi gaya hidup yang berebih-lebihan (*israf*) apalagi bermewah-mewah. Oleh sebab itu, untuk

menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan untuk memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat. Dan menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi (Watimah, 2015).

Minat belanja online disukai berbagai kalangan mulai dari anak muda hingga orang tua, namun biasanya belanja online banyak dilakukan oleh kalangan anak muda, banyak dari mereka yang menggunakan fasilitas online untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, karena mereka menganggap lebih mudah dan praktis. Mereka tergolong aktif dalam penggunaan internet untuk melakukan pencarian produk secara online melalui beberapa *platform* yang tersedia di Indonesia seperti shopee, tokopedia, lazada dan lain sebagainya.

Terdapat perbedaan perilaku belanja online dari segi nominal yang dilakukan antara generasi millennial dan generasi Gen-X. Menurut survei yang dilakukan oleh MarkPlus menunjukkan bahwa millennial menghabiskan uang dibawah 250.000 dalam sekali belanja, sedangkan untuk generasi Gen-X menghabiskan 250.000-500.000 dalam sekali belanja, bahkan terdapat responden usia 4-55 tahun yang menghabiskan lebih dari 1 juta untuk sekali belanja.

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura yang mayoritas kalangan millennial tidak jauh beda dengan anak muda pada umumnya yang menyukai hal yang mudah dan praktis, banyak dari mereka yang melakukan transaksi pembelian secara online terutama pada masa pandemi seperti saat ini yang dituntut untuk melakukan kegiatan di rumah saja. Seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah mutlak beragama islam, mereka di ajarkan mengenai teori konsumsi dalam islam, sehingga dengan hal tersebut dapat dikatakan bahwa mereka merupakan pribadi yang paham akan etika konsumsi yang berada dalam koridor konsumsi islam. Akan tetapi dalam melakukan pembelian di *online shop* mereka tidak hanya didasarkan karena adanya kebutuhan, akan juga yang dikarenakan adanya keinginan semata yang didukung dengan adanya diskon yang diberikan oleh penjual sehingga menarik minat mereka untuk membeli meskipun sebenarnya produk tersebut tidak dibutuhkan.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku Konsmen Menurut Perspektif Islam

Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang sangat erat hubungannya dengan pembelian suatu barang atau jasa. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan seorang konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika seseorang

memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa, tentu saja sebagai konsumen selalu mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang hendak dibeli, mulai dari harga, kualitas, model, bentuk, fungsi dan kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya (Firmansyah, 2018).

Menurut James F Engel, perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh setiap orang yang terlibat secara langsung dalam usaha memperoleh, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang maupun jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut Menurut David L. Loudon dan Albert J. Della, perilaku konsumen merupakan tahapan dalam mengambil keputusan dan aktivitas setiap individu yang dilakukan dengan melibatkan tahapan evaluasi, cara memperoleh, mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa (Amirullah, 2002).

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariat Islam memiliki perbedaan dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu (Wigati, 2011):

- 1) Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat.
- 2) Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki.
- 3) kedudukan harta adalah anugerah Allah SWT.

Dalam Islam konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan. Hal ini menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kualitas dan kuantitas dalam konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual. Dalam Islam juga sudah jelaskan dengan tentang aturan dalam melakukan segala perbuatan, baik buruk, halal haram yang termaktub dalam Al-qur'an, Hadist maupun Ijma' Ulama.

Islam mengajarkan tentang batasan manusia dalam mengkonsumsi barang maupun jasa. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang buruk atau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa yang telah ditetapkan halal (Suharyono, 2018).

Dalam Al-qur'an surat Al-maidah ayat 87-88 disebutkan:

ياايها الذين امنوا لاتحرموا طيبات ما احل الله لكم ولاتعثوا ان الله لايبغ المعثدين (٨٧)

وكلوا مما رزقكم الله حلالا طيبا والتقوا الله الذي انتم به مؤمنون (٨٨)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampa. Dan makanlah makan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya. QS. Al-maidah [5]: 87-88

Konsumsi Dalam Islam

Motif konsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *masalahah*. Teori konsumsi lahir karena adanya teori permintaan akan barang dan jasa, sedangkan permintaan timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*). Dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari nafsu. Sedangkan nafsu manusia memiliki dua kecenderungan yang saling bertentangan yaitu nafsu baik dan tidak baik. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari konsumsi dalam ekonomi Islam didasar atas adanya kebutuhan bukan keinginan (Al-Arif & Amalia, 2010).

Berikut merupakan karakteristik kebutuhan dan keinginan:

Karakteristik Sumber	Keinginan Hasrat (nafsu) manusia	Kebutuhan Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran Sifat	Selera Subjektif	Fungsi Objektif
Tuntutan islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga tingkatan yaitu (Jenita:2014):

1. Kebutuhan *d{aruriyat* (primer)

Kebutuhan *d{aruriyat* merupakan kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan manusia baik yang berhubungan dengan agama ataupun dunia jika kebutuhan ini tidak dapat dipenuhi oleh manusia maka akan mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan seseorang. Maslahat *d{aruriyat* ini merupakan dasar untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia, karena jika ia rusak maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar. Yang termasuk dalam lingkup ini ada lima macam, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan pemeliharaan agama, akal, keturunan dan harta.

2. *Kebutuhan h{ajiyat* (sekunder)

Kebutuhan h{ajiyat adalah kebutuhan yang apabila tidak terwujud maka tidak akan mengancam keselamatannya, namun akan mengalami kesulitan dan kesukaran bahkan mungkin berkepanjangan, tetapi tidak sampai tingkat menyebabkan kepunahan atau sama sekali tidak berdaya. Jadi yang membedakan kebutuhan *h{ajiyat* dengan kebutuhan *d{aruriyat* adalah pengaruhnya kepada keberadaan manusia. Namun demikian, keberadaannya dibutuhkan untuk memberikan kemudahan serta menghilangkan kesukaran dan kesulitan dalam kehidupan.

3. *Kebutuhan tah{siniyat* (tersier)

Kebutuhan tah{siniyat merupakan tingkat kebutuhan yang jika tidak terpenuhi tidak akan mengancam eksistensi dari salah satu kelima pokok di atas serta tidak juga menimbulkan kesulitan. Yang di maksud dengan maslahat jenis ini adalah sifatnya untuk memelihara kebagusan dan kebaikan budi pekerti seta kehidupan saja. dengan kata lain kemaslahatan ini hanya mengacu pada keindahan saja yang mana kemaslahatan demikian dibutuhkan oleh manusia.

Nilai-nilai Dalam Konsumsi Islam

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, konsumsi yang dilakukan oleh seorang muslim sangat erat hubungannya dengan etika dan norma dari konsumsi itu sendiri. Adapun nilai-nilai Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi adalah sebagai berikut (Rozalinda, 2014):

Seimbang dalam konsumsi

Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang yaitu pola konsumsi yang terletak antara kekikiran dan pemborosan atau dengan kata lain tidak mementingkan kesenangan semata. Jika mempunyai kemampuan untuk mengkonsumsi suatu barang/jasa maka itu diperbolehkan dengan standar aturan syariat yang ada. Tidak kikir dalam artian meskipun memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tapi tidak mau memenuhinya dan terkesan menyiksa.

Islam mewajibkan kepada pemilik harta untuk menafkahkan sebagian harta mereka untuk kepentingan diri, keluarga dan *fi sabilillah*, dan mengharamkan bersifat kikir, boros dan menghamburkan harta. Inilah bentuk keseimbangan yang diperintahkan dalam al-Qur'an yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi.

1. Membelanjakan harta pada bentuk yang diharamkan dan dengan cara yang baik
Islam memberi kebebasan kepada setiap individu untuk membelanjakan hartanya pada barang-barang yang baik dan halal. Kebebasan itu diberikan dengan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap kesejahteraan masyarakat dan negara.
2. Larangan bersikap *israf* (boros) dan *tabzir* (sia-sia)
Adapun nilai-nilai yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah larangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah dapat merusak hidup setiap individu karena menyibukkan mereka dengan hawa nafsu dan melalaikannya dari hal-hal mulia. Sikap hidup mewah ini biasanya juga diiringi dengan hidup berlebihan (*israf*).

Batasan Konsumsi Dalam Islam

Didalam Islam terdapat dua macam pembatasan dalam menggunakan harta, yaitu:

- a. Batasan dalam segi kualitas

Batasan ini adalah yang dirumuskan oleh Islam mengenai konsumsi yang terkait dengan cara dan macam tanpa melihat kuantitas sesuatu yang dibelanjakan sedikit atau banyak, yaitu pembelanjaan yang terkait hal-hal yang diharamkan Islam seperti khamr (minuman keras) dan narkotika. Dengan demikian bahwa setiap pembelanjaan hal yang diharamkan adalah suatu perbuatan yang berlebih-lebihan dan pemborosan yang dilarang dalam Islam.

- b. Batasan dalam segi kuantitas

Diantara yang termasuk dalam kriteria ini adalah manusia tidak terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang” yaitu pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran, apalagi untuk hal yang tidak mendesak.

Belanja Online

Online shop atau belanja online adalah suatu proses pembelian barang maupun jasa melalui internet atau layanan jual-beli secara online tanpa tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli (Sari, 2015). Adapun alasan yang mendorong keputusan seseorang untuk melakukan transaksi berbelanja secara online antara lain (Rahadi & Hanifah, 2020):

- a. Kenyamanan
Konsumen tidak perlu datang secara langsung ke toko untuk berbelanja. faktor ini dapat meminimalisir terjadinya interaksi tatap muka dan tidak perlu berdesak desakan ketika ingin berbelanja.
- b. Kelengkapan informasi
Konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mencari informasi produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen melalui internet. Disamping itu juga terdapat fitur seperti rating atau review sehingga mempermudah konsumen melihat ulasan tentang kualitas informasi produk.
- c. Kepercayaan konsumen
Pelaku usaha dapat meminimalisir akibat dari kekecewaan dari seorang pembeli dengan melakukan evaluasi serta memberi keamanan lebih terhadap barang yang akan dikirim.
- d. Efisiensi biaya dan waktu
Konsumen dapat menghemat biaya dan juga waktu karena proses berbelanja dapat dilakukan selama 24 jam, dimana saja dan kapan saja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan. Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak di capai penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti mengkaji mengenai bagaimana perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah Tniversitas Trunooyo Madura dalam melakukan pembelian secara online pada saat pandemi. Data primer dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Mahasiswa Ekonomi Syariah. Jumlah sampel dalam penelitian ini peneliti mengambil 4 orang dari setiap angkatan mulai dari tahun 2017-2020. sedangkan data sekunder yang digunakan sebagai acuan dan perbandingan diambil dari beberapa literatur berupa buku, jurnal, dokumentasi dan lain lainnya yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur dengan pihak terkait, dokumentasi yang dibuktikan dengan fotoman dokumen lainnya. Kemudian teknik analisis data menggunakan metode data model interaktif menurut Miles dan Huberman yang terdiri dari: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

PEMBAHASAN

Data Responden

Tabel 1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Laki - laki	5	31%
Perempuan	11	69%

Sumber: data diolah 2021

Tabel 2
Pendapatan/Uang saku (per bulan) Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
<500.000	10	65,5%
500.000-1.000.000	6	37,5%
1.000.000-1.500.000	0	%

Sumber: data diolah 2021

Tabel 3
Dana yang dihabiskan Untuk Belanja Online

Keterangan	Frekuensi	Persentase
<200.000	12	75%
200.000-500.000	3	18%
500.000-1.000.000	1	7%

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti melalui wawancara, ada beberapa alasan yang menjadi pendorong mahasiswa Ekonomi Syariah melakukan pembelian secara online pada saat pandemi, diantaranya yaitu:

1. Kenyamanan

Mahasiswa Ekonomi Syariah beranggapan bahwa belanja secara online lebih nyaman karena tidak perlu datang secara langsung ke toko untuk berbelanja, konsumen hanya tinggal memesan melalui media internet atau platform yang tersedia, mereka juga menilai dengan berbelanja online ditengah pandemi ini dapat meminimalisir terjadinya interaksi dengan orang lain atau berkrumun dengan orang banyak, baik dengan penjual maupun pembeli lainnya yang mana hal ini sesuai dengan anjuran pemerintah untuk mematuhi protokol kesehatan, salah satunya adalah menghindari kerumunan sehingga dengan hal tersebut dapat

membantu pemerintah untuk menekan dan memutus rantai penyebaran virus covid 19 yang saat ini menjadi musuh seluruh dunia bersama³.

2. Kelengkapan informasi

Mahasiswa Ekonomi Syariah/konsumen dapat mengakses informasi terkait produk yang mereka butuhkan melalui internet. Dengan adanya fasilitas rating atau review dari berbagai pembeli yang sudah melakukan pembelian pada sebuah produk dapat mempermudah dalam melihat ulasan mengenai kualitas informasi produk, sehingga konsumen tidak ragu/khawatir pada barang yang akan dibeli atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen⁴.

3. Kepercayaan konsumen

Berdasarkan data yang diperoleh dari mahasiswa Ekonomi Syariah, alasan selanjutnya adalah kepercayaan konsumen. sebagian besar dari konsumen/mahasiswa Ekonomi Syariah percaya bahwa penjual online dapat meminimalisir kekecewaan dari pembelian dengan melakukan evaluasi serta memberi keamanan terhadap barang yang akan dikirim. Sehingga konsumen tidak lagi khawatir barang yang dibeli akan mengalami kerusakan.

4. Efisiensi biaya dan waktu

Menurut sebagian besar Mahasiswa Ekonomi Syariah yang dalam hal ini adalah konsumen, mereka menganggap dapat menghemat waktu dan juga tenaga dalam pembelian, karena proses dalam berbelanja online dapat dilakukan sewaktu-waktu selama 24 jam, dimana saja dan kapan saja. Selain itu ada banyak tawaran menarik yang diberikan oleh penjual online mulai dari diskon sampai promo gratis ongkos kirim, sehingga hal tersebut dapat memberi keuntungan bagi konsumen/Mahasiswa Ekonomi Syariah yaitu hemat dalam hal biaya⁵.

Dari berbagai data yang telah dikumpulkan oleh penulis, Motif konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah dalam belanja online pada saat pandemi sebagian besar tidak berseberangan dengan teori konsumsi dalam islam. Yang mana konsumsi dalam ekonomi Islam didasar atas adanya kebutuhan bukan keinginan. Berdasarkan dari hasil wawancara menyatakan bahwa sebanyak 55 persen melakukan pembelian secara online pada saat pandemi ini lebih terdorong adanya kebutuhan bukan

³ Wawancara dengan Yuli Fransiska Dewi Mahasiswa Ekonomi Syariah Pada Tanggal 20 juni 2021.

⁴ Wawancara dengan Zahrotul Mutafaticha Mahasiswa Ekonomi Syariah Pada Tanggal 20 juni 2021.

⁵ Wawancara dengan Nazilah Hidayatul Mahasiswa Ekonomi Syariah Pada Tanggal 19 juni 2021.

hanya sekedar adanya keinginan, sehingga dalam membeli produk mereka memprioritaskan barang yang lebih di butuhkan terlebih dahulu dan menyampingkan barang yang hanya menjadi keinginannya saja. Bahkan ketika memiliki uang lebih mereka memilih menyimpan dari pada membeli barang yang tidak memiliki manfaat bagi mereka⁶.

Akan tetapi ada sebagian dari mahasiswa Ekonomi Syariah yang masih melakukan pembelian secara online pada saat pandemi hanya dikarenakan untuk keinginan mereka semata. Sebanyak 45 persen melakukan pembelian online mereka tidak melakukan perencanaan terlebih dahulu, mereka sekedar iseng *browsing* pada *platform* tertentu yang mengarahkannya untuk memutuskan melakukan pembelian. Mereka membeli barang yang bukan menjadi kebutuhan mereka seperti aksesoris hp, laptop, dan tas. Ada juga yang melakukan pembelian secara online ketika ada *event* tertentu yang diadakan di sebuah *market place*, yang mana *event* tersebut menawarkan promo yang menarik seperti adanya potongan harga yang besar dan juga gratis ongkos kirim tanpa minimal belanja⁷.

Dalam memenuhi kebutuhan, mahasiswa ekonomi syariah juga dapat dikatakan sudah menerapkan nilai-nilai dalam konsumsi islam, adapun nilai nilai konsumsi Islam yang di maksud adalah:

Seimbang dalam konsumsi

Menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas atas dan ambang batas bawah dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam konsumsi Islam. Jika diambang batas bawah maka akan cenderung kepada kekikiran, sedangkan jika diambang batas atas maka akan terjerumus pada tingkat berlebih-lebihan.

Maksud dari seimbang dalam hal ini mahasiswa Ekonomi Syariah melakukan pembelian secara online untuk memenuhi kebutuhannya menyesuaikan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat dipersentasekan bahwa 93 persen responden melakukan pembelian sesuai dengan pendapatan yang dimiliki, artinya ketika ada barang yang dibutuhkan dan mampu untuk memenuhinya maka mereka akan melakukan pembelian untuk barang yang dibutuhkan tersebut. Begitu juga sebaiknya, ketika mahasiswa menginginkan suatu barang atau produk akan tetapi tidak memiliki uang yang cukup untuk memenuhinya, maka mereka tidak memaksakan diri

⁶ Wawancara dengan Yuliatul Musyarofin Mahasiswa Ekonomi Syariah Pada Tanggal 19 juni 2021.

⁷ Wawancara dengan BimaPawang Alam Mahasiswa Ekonomi Syariah Pada Tanggal 22 juni 2021.

untuk membeli barang tersebut atau bahkan berhutang demi memenuhi keinginannya.

Dan terdapat 7 persen responden yang mengeuarkan dana untuk belanja online melebihi pendapatan/uang saku yang mereka miliki. Namun dalam hal ini mereka tidak sampai terjerumus dalam utang melaikan dalam belanja kebutuhan secara online mereka dibiayai oleh orang tua, karena mereka berasal dari keluarga yang mampu.

Membelanjakan harta pada bentuk yang dihalkkan dan dengan cara yang baik

Sebagaimana yang didapatkan dari hasil wawancara, sebanyak 82 persen responden mengatakan bahwa dalam melakukan pembelian di toko online mahasiswa memperhatikan halal-haram dan juga keamanan dari barang yang akan dibeli. Terlebih ketika produk yang akan dibeli berupa makanan, sehingga mereka memilih toko yang terpercaya dengan melihat *review* atau rating penilaian pada toko online. hal itu juga dilakukan dalam membeli *skincare* mereka lebih mengutamakan produk yang sudah berBPOM dan memiliki label halal MUI⁸.

Sedangkan 18 persen responden mengatakan bahwa mereka tidak begitu memperhatikan kehalalan dari produk yang akan dibelinya, karena barang yang dibeli di toko online tidak berupa makanan sehingga mereka beranggapan bahwa memperhatikan halal-haram dari barang tersebut tidak diperlukan.

Larangan bersikap *israf* (boros) dan *tabzir* (sia-sia)

Gaya hidup mewah dapat merusak hidup setiap orang karena mereka akan menyibukkan dirinya dengan hawa nafsu dan melalaikannya dari hal-hal mulia. Sikap hidup mewah ini biasanya juga diiringi dengan hidup berlebih-lebihan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dalam hal ini 93 persen mahasiswa tergolong dalam kategori sederhana dalam belanja online, mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak menghamburkan harta. Dan terdapat 7 persen responden yang melakukan pembelian di toko online untuk barang yang bermerk, hal ini dilakukan karena mereka berasal dari daerah pedalaman dimana mereka kesulitan untuk mendapatkan barang bermerk yang ia inginkan.

Dilihat dari segi batasan dalam konsumsi islam, mahasiswa Ekonomi Syariah dalam melakukan belanja online pada saat pandemi tidak

⁸ Wawancara dengan Puput Astutik Nurul K Mahasiswa Ekonomi Syariah Pada Tanggal 21 juni 2021.

melampaui batas. Batasan-batasan konsumsi dalam islam adalah sebagai berikut:

1. Batasan dalam segi kualitas, artinya dalam belanja online pada saat pandemi ini mahasiswa Ekonomi Syariah tidak melanggar batas yang telah di tentukan dalam Islam. Hal ini dibuktikan dengan barang yang mereka beli di toko online, dalam membeli barang mereka memperhatikan apakah barang yang akan dibeli sudah aman dan legal di pasaran, yan mana barang tersebut berarti diperbolehkan dalam Islam. Adapun barang yang sering dibeli yaitu pakaian, skincare, buku, masker dan lain sebagainya.
2. Batasan dalam segi kuantitas. Dari segi kuantitas belanja online yang dilakukan mahasiswa Ekonomi Syariah juga tidak melanggar batasan yang telah ditetapkan dalam konsumsi Islam, hal tersebut dapat dianalisis dari tabel pendapatan mahasiswa dibandingkan dengan dana yang dikeluarkan untuk belanja online, pengeluaran mereka tidak melebihi pendapatan yang dimiliki. Bahkan mereka lebih memilih menyimpan uang mereka ketika barang itu tidak bermanfaat bagi mereka.

Kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga tingkatan yaitu kebutuhan *d{aruriyat* (primer), *h{ajiyat* (sekunder) dan *tah{siniyat* (tersier). Dari ketiga kebutuhan tersebut, maka konsumsi harus di utamakan *d{aruriyat* dari pada *h{ajiyat* dan *tah{siniyat*, karena posisi kebutuhan *h{ajiyat* dan *tah{siniyat* layak dipenuhi ketika konsumen memiliki kelebihan uang setelah kebutuhan *d{aruriyat* terpenuhi terlebih dahulu⁹.

Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti melalui wawancara, barang yang sering dibeli oleh mahasiswa terdiri dari berbagai macam produk, mulai dari masker, pakaian, skincare, buku, aksesoris dan makanan ringan. Hal tersebut menunjukkan bahwa barang yang dibeli oleh mahasiswa Ekonomi Syariah secara online pada masa pandemi ini 20 persen termasuk dalam kategori kebutuhan *h{ajiyat* atau sekunder, dan 80 persen termasuk dalam kategori kebutuhan pelengkap atau *tah{siniyat*. Yang mana kebutuhan ini muncul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Dan ketika kebutuhan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh mahasiswa maka hal tersebut tidak akan mengancam keselamatan dan tidak akan mengalami kesulitan dalam melakukan suatu kegiatan.

SIMPULAN

Dari pemaparan di atas maka penulis menarik kesimpulan bahwa alasan yang mendorong mahasiswa Ekonomi Syariah memilih belanja secara

⁹ Aulia Rahman and Muh Fitrah, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Keurahan Brombong Kota Makassar" 05 (January 2018).

online disaat pandemi yaitu: kenyamanan, kelengkapan informasi, kepercayaan konsumen dan efisiensi biaya/waktu. Perilaku dalam belanja online yang dilakukan oleh mahasiswa dapat disimpulkan masih dalam koridor wajar dan tidak melanggar prinsip konsumsi Islam. Motif yang mendorong mereka melakukan pembelanjaan secara online secara garis besar karena adanya kebutuhan, namun masih ada beberapa dari mereka yang melakukan pembelian karena keinginan semata. Akan tetapi jika dilihat dari segi kualitas dan kuantitas konsumsi yang dilakukan sesuai dengan batasan yang telah ditetapkan dalam Islam. Dan untuk barang yang sering dibeli secara online termasuk dalam kategori kebutuhan pelengkap atau kebutuhan *tah{siniyat}*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002.
- Andira Sari, Chacha. "Perilaku Belanja Online Di Kalangan Mahasiswaw Antropologi Universitas Airlangga" IV (2015).
- Chandra Putra, Andika. *Cuitan Dokter Paru di Masa Pandemi Corona*. Bogor: Guepedia, 2020.
- Fatma Dewi, Wahyu Aji. "Dampak Covid-19 Terhadap Implementasi Pembelajaran Daring Di Sekolah Dasar" (2020).
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Jenita. "Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam" (2017).
- Melis. "Prinsip Dan Batasan Konsumsi Islam" 1 (2015).
- Mushaf Muslimah. *Alqur'an Dan Terjemah Untuk Wanita*. Jakarta: Jabal, 2010.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2006.
- Rahman, Aulia, and Muh Fitrah. "Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Bromptong Kota Makassar" 05 (January 2018).
- Rianto Rahadi, Dedi, and Nurul Hanifah. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19" 8 (2020).
- Riyanto Al Arif, Nur, and Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana, 2010.

Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.

Suharyono. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam" 04 (2018).

Watimah, Tin Waroatul. "Mode Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Desa Klibalik Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)" (2015).

Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam" 01 (2011).

<https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>. Diakses pada 05 Januari 2021.

<https://money.kompas.com/read/2019/04/04/12302916/perempuan-indonesia-belanja-implusif-hingga-tergiur-gratis-ongkir?page=all>. Diakses Pada 18 Juli 2021.