

ANALISIS PRINSIP KONSUMSI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE SHOP

ANALYSIS OF ISLAMIC CONSUMPTION PRINCIPLES ON CONSUMER BEHAVIOR IN SHOPPING ONLINE SHOP

M. Sahnan¹, Nurizal Ismail^{2a}, Solahuddin Al-Ayyubi³

¹Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Tazkia, Jl. Ir. H. Djuanda No. 78 Sentul, Citaringgul, Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat 16810, e-mail: muhammadsahnan2010@gmail.com

^{2a}Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Tazkia, Jl. Ir. H. Djuanda No. 78 Sentul, Citaringgul, Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat 16810, e-mail: nurizal@tazkia.ac.id

³Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Tazkia, Jl. Ir. H. Djuanda No. 78 Sentul, Citaringgul, Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat 16810

ABSTRACT

This study intends to determine how Tazkia Islamic Institute Hafidzpreneur students actually apply the rules of Islamic consumerism when they shop online. The descriptive qualitative approach method is employed in this research. The Tazkia Islamic Institute's Hafidzpreneur Matriculation Campus students who like shopping online were interviewed for this study's primary data. The findings demonstrated that the majority of students across different batches had implemented the principles of Islamic consumption, with the class of 2020 having the highest percentage of students doing so when shopping online. Whenever it comes to shopping, students adopt sharia principles, abstain from usury, focus on *maslahah* (the goodness of this world and the hereafter), and direct their expenses toward Allah's way through infak, alms, and waqf. Furthermore, the students underscored the need to maintain hygiene when shopping online, steering clear of garbage (*israf*) and *gharar* when transacting online. Ethical behavior and philanthropic concepts have also been applied by students to their online purchases. This is consistent with the practical application of Islamic economics.

Keywords: Consumer Behavior, Islamic Consumption, Online Shopping

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui prinsip konsumsi Islami benar-benar telah diterapkan oleh Mahasiswa Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia dalam berbelanja *online shop*. Metode pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan data primer melalui wawancara dengan Mahasiswa Kampus Matrikulasi Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia dan menyukai berbelanja secara *online shop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa dari berbagai angkatan telah menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam, dengan mahasiswa angkatan 2020 menjadi yang paling banyak menerapkan prinsip konsumsi Islam dalam berbelanja *online shop*. Para mahasiswa menjalankan prinsip syariah dalam berbelanja, menghindari riba, memperhatikan *maslahah* (kebaikan dunia dan akhirat), dan menyalurkan pengeluarannya untuk di jalan Allah melalui infak, sedekah, dan wakaf. Selain itu, para mahasiswa juga menekankan prinsip kebersihan dalam berbelanja *online*, menghindari

israf (pemborosan) dan *gharar* dalam transaksi *online*. Para mahasiswa juga telah menerapkan prinsip kemurahan hati dan moralitas dalam berbelanja *online shop*. Dengan demikian, hal ini sejalan dengan penerapan ilmu ekonomi syariah di kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: Konsumsi Islami, Online Shop, Perilaku Konsumen

Sahnan, M., Ismail, N., & Al-Ayyubi, S. 2023. Analisis Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja *Online Shop*. *Jurnal Syarikah* 9 (2): 278 – 288.

PENDAHULUAN

Saat ini, kemajuan teknologi digital memiliki dampak *signifikan* pada berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat. Peningkatan penggunaan media digital berkontribusi pada perubahan dalam cara masyarakat menjalankan kegiatan sosialnya. Perkembangan teknologi berbasis digital juga berdampak pada transaksi bisnis melalui platform *online*, yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. Peningkatan jumlah *e-commerce* dengan berbagai platform telah meningkatkan tingkat kenyamanan bagi pengguna, sehingga pemilihan untuk menggunakan *e-commerce* semakin meningkat (Utami, 2020).

Dengan perkembangan teknologi perangkat keras dan perangkat lunak dalam era industri, sistem teknologi mengalami inovasi yang signifikan, membawa perubahan besar seperti kemunculan jual beli *online* atau *online shop*. Inovasi ini memberikan kemudahan bagi masyarakat modern dalam aktivitas berbelanja. Perkembangan teknologi juga mempermudah berbagai tugas, seperti pengolahan data untuk membuat laporan keuangan dengan menggunakan komputer. Selain itu, proses pengiriman berkas dalam bentuk file juga menjadi lebih efisien melalui berbagai platform sosial media seperti WhatsApp, email, Telegram, dan lainnya (Clara & Beni, 2023).

Berbagai bentuk *e-commerce* telah mengalami pertumbuhan di Indonesia. Aplikasi belanja *online* adalah aplikasi seluler yang menampilkan berbagai

produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sebagai platform terpercaya, toko *online* memudahkan konsumen dengan memungkinkan unduhan melalui Play Store atau App Store. Di dalamnya, tersedia berbagai jenis promosi menarik seperti penawaran ongkir gratis ke seluruh wilayah, *voucher cashback*, diskon paket, dan *flash sale*. Selain itu, platform ini juga menawarkan pembayaran melalui sistem *Cash on Delivery* (COD), memberikan konsumen kenyamanan membayar setelah barang tiba di lokasi. Dampaknya *signifikan* terhadap keputusan pembelian konsumen yang menggunakan aplikasi ini (Mauludin et al., 2022).

Dalam sejarah, terdapat catatan bahwa Rasulullah Saw. secara aktif terlibat dalam kegiatan bisnis sepanjang hidupnya. Namun, prinsip yang diizinkan adalah yang dikenal sebagai konsep bernilai (*value-driven*) artinya mengacu pada pengambilan keputusan, tindakan, atau prinsip-prinsip yang didasarkan pada nilai-nilai yang dipegang oleh individu, organisasi, atau masyarakat. Rasulullah Saw. sangat menekankan pentingnya nilai moral dalam berbisnis, yang pada intinya bertujuan untuk memenuhi kepuasan pembeli (Menne, 2017). Dasar-dasar prinsip bisnis telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, terutama dalam Surat An-Nisa/4:29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali

dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, terjadi transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan dan pekerjaan. Inovasi ini memungkinkan individu untuk berinteraksi secara efektif, baik dalam konteks jarak dekat maupun jarak jauh, memfasilitasi pembentukan hubungan kerjasama melalui jaringan teknologi. Reformasi dunia kerja juga didorong oleh teknologi informasi, terutama melalui *marketplace* yang didukung oleh perkembangan teknologi, menghilangkan kebutuhan untuk penjualan langsung antar pekerja dan memungkinkan pertukaran informasi yang lebih cepat. Perkembangan teknologi informasi juga menyederhanakan proses transaksi, menciptakan efisiensi dalam pekerjaan dan mempermudah aksesibilitas (Clara & Beni, 2023).

Online shop tidak hanya memberikan kenyamanan berbelanja, tetapi juga mengurangi dampak kemacetan lalu lintas yang sering dihadapi oleh masyarakat. Selain itu, ketidaknyamanan yang mungkin muncul saat berbelanja di toko *offline*, seperti pelayanan yang kurang memuaskan atau nomor antrian yang panjang, dapat dihindari dengan memanfaatkan kemudahan teknologi melalui *online shop*. Masyarakat kini cenderung memilih *online shop* sebagai solusi berbelanja mereka, mengambil manfaat dari teknologi yang terus berkembang (Putra & Aisah, 2022).

Prinsip-prinsip dasar konsumsi dalam Islam bersumber dan berkembang dari pedoman yang terdapat dalam Al-Qur'an dan sunnah, sebagai panduan bagi kehidupan umat Islam (Hamdi, 2022). Dalam pelaksanaan konsumsi dalam konteks Islam, nilai-nilai seperti halal-haram, komitmen, dan konsekuensi yang sesuai dengan aturan syariat selalu diperhatikan dengan teliti. Tujuannya

adalah untuk memaksimalkan manfaat konsumsi dan mencegah terjadinya penyimpangan dari norma-norma kebenaran serta dampak negatif yang dapat memengaruhi diri sendiri maupun orang lain (Martinelli, 2019). Salah satu aspek fundamental dalam konsumsi Islami adalah mengacu pada prinsip-prinsip syariah, seperti halal dan *thayyib* (Pujiyono, 2006), menjauhi riba (Kharismaputra, 2017), prinsip masalah (Hamid, 2018), prinsip infak, sedekah, dan wakaf (Rohim & Priyatno, 2021), prinsip kebersihan, larangan *israf*, kemurahan hati (Zakiah, 2022), larangan *gharar* (Damayanti et al., 2023), dan prinsip moralitas (Furqon, 2018).

Saat ini, Mahasiswa Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia tidak hanya melakukan aktivitas konsumsi berdasarkan kebutuhan fungsional semata, melainkan juga dipengaruhi oleh keinginan untuk menjaga citra dan penampilan. Dorongan ini semakin diperkuat oleh peningkatan penawaran produk terbaru yang dipromosikan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik, termasuk penjualan langsung di tempat. Hal ini membuat seseorang lebih rentan terhadap pengaruh untuk mencoba atau membeli barang-barang tersebut, meskipun pada kenyataannya barang tersebut tidak benar-benar diperlukan. Adanya kecenderungan untuk mengonsumsi barang dengan model terbaru yang sedang tren atau populer saat ini semakin meningkat. Dengan maraknya toko *online shop*, mahasiswa lebih cenderung melakukan pembelian melalui platform tersebut karena memberikan kebebasan yang lebih besar dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang yang ditawarkan (Ilyas, 2016).

Para mahasiswa Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia, yang sebagian besar terdiri dari generasi milenial, memiliki kesamaan dengan anak muda pada umumnya, yaitu kecenderungan mengonsumsi berbagai

produk terbaru yang tengah menjadi tren. Fenomena ini dipengaruhi oleh aspirasi dan pengaruh dari konten yang disajikan di televisi, majalah, atau berbagai media *online*. Terutama, dalam era digital saat ini, proses transaksi menjadi lebih mudah berkat keberadaan toko *online*, mempermudah para mahasiswa untuk memperoleh barang yang diinginkan hanya dengan menggunakan perangkat ponsel yang mereka miliki (Saefuloh, 2019).

Terlebih dikalangan remaja, *online shop* merupakan gaya hidup bagi remaja dewasa ini. Keinginan remaja dewasa ini untuk berbelanja di *online shop* bukan karena kebutuhan melainkan karena gaya hidup agar dapat dikatakan gaul. Meskipun demikian, dalam Islam, hal seperti itu dianggap sebagai tindakan yang hanya akan mengakibatkan pemborosan (*tabzir*). Dikarenakan kepemilikan barang tersebut bertujuan untuk mengikuti tren, bukan karena adanya kebutuhan yang sebenarnya. Dalam Islam, tidak diperbolehkan menghabiskan uang secara berlebihan atau boros dalam hal yang halal (Oktavia, 2019). Maka, penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana mahasiswa angkatan 2020-2022 telah menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam dalam proses berbelanja *online*.

MATERI DAN METODE

Berdasarkan isu dari objektif penelitian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami sejauh mana Mahasiswa Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia mengimplementasikan prinsip-prinsip konsumsi Islami dalam proses berbelanja melalui *online shop*. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang mengarah pada pengumpulan informasi dan pemahaman terkait teori penelitian dalam suatu rentang waktu tertentu (Mughtar & Nasrah, 2021).

Informan dari penelitian ini adalah mahasiswa dari angkatan 2020-2022. Mayoritas mahasiswa memanfaatkan platform *online* sebagai sarana untuk berbelanja kebutuhan, dengan jumlah 24 informan atau mencapai 80% dari total informan. Sementara itu, hanya 6 mahasiswa yang masih memilih toko *offline* sebagai opsi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi belanjanya. Jadi, dari semua Mahasiswa Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia Bogor, peneliti mengambil 30 mahasiswa sebagai informan lihat tabel 1.

Tabel 1. daftar Responden Penelitian

Nama	Asal	Angkatan
Ridho Alfathan	Riau	2020
Syauqi Imam	Riau	2020
Fauzan Sidik	Riau	2020
Rahmad	Bangka	2020
Yusril A'raf	Bangka	2020
Al badar	Riau	2020
Feri Afriansyah	Bangka	2020
Habib Fauzan	Riau	2020
Indra Supratman	Riau	2020
Habli Rahman	Riau	2021
Hafidz Nurhadi	Riau	2021
Fadli Azka	Riau	2021
Mustafa	Riau	2021
Sandi	Riau	2021
Respandi	Riau	2021
Miasriadi	Riau	2021
Askat Sawaldi	Riau	2021
Fikriadi	Riau	2022
Dendi Mardian	Riau	2022
Zahir	Riau	2022
Habibillah Hakiki	Riau	2022
Haikal Fikri	Riau	2022
Haikal Rofi	Riau	2022

Sumber data penelitian ini berasal dari data primer, yang menurut Indrianto dan Supomo adalah data yang diperoleh

secara langsung selama pelaksanaan penelitian, seperti melalui wawancara dengan narasumber menggunakan pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan (Indrianto & Supomo, 2014). Dalam konteks penelitian ini, data akan diperoleh melalui wawancara langsung dengan Mahasiswa Hafidzpreneur Institut Agama Islam Tazkia yang memiliki kecenderungan untuk berbelanja secara *online*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini, peneliti menganalisis tentang prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam dalam konteks berbelanja *online shop*. Dengan memahami pandangan Islam terkait konsumsi, peneliti dapat menjelajahi dampaknya terhadap keputusan konsumen, pilihan produk, serta aspek etika dalam berbelanja online. Sebab prinsip konsumsi Islam sangat penting dalam membentuk pola hidup yang bermakna baik individu ataupun masyarakat dikehidupan sehari-hari (Septiana, 2015). Analisis ini akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana nilai-nilai prinsip konsumsi Islam dapat terintegrasi dalam lingkungan belanja *online*.

Toko *online* memberikan solusi praktis bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian secara digital. Platform toko *online* memfasilitasi masyarakat untuk dengan mudah menemukan produk atau layanan yang mereka butuhkan, serta melakukan transaksi dengan efisiensi. Keberadaan toko *online* memberikan keunggulan besar bagi individu yang memiliki keterbatasan waktu untuk berbelanja di pusat perbelanjaan fisik, yang seringkali memakan waktu dan dapat terhambat oleh kondisi cuaca. Dengan adanya toko *online*, pengalaman berbelanja menjadi lebih nyaman karena konsumen dapat menemukan berbagai produk dengan beragam pilihan warna, ukuran, dan bahan, sambil menikmati harga yang lebih

terjangkau. Selain itu, toko *online* kerap menyajikan berbagai promo menarik, menjadikannya favorit di kalangan masyarakat, terutama generasi milenial yang aktif menggunakan media sosial untuk memudahkan proses berbelanja (Sari, 2021).

Secara umum, mahasiswa angkatan 2020 mengungkapkan bahwa para mahasiswa telah menerapkan prinsip konsumsi Islam, seperti prinsip syariah (halal, *thayyib*, dan menghindari *gharar*, *maysir*, dan *riba*) saat berbelanja *online*. Para mahasiswa secara sadar dan konsisten memilih produk yang sesuai dengan aturan agama Islam dalam pembelian. Konsumsi dalam Islam harus dapat menjaga kemaslahatan. Oleh karena itu, agar dapat memastikan Islam menutup setiap ruang yang dapat merusak. Prinsip yang dimaksud adalah segala sesuatu yang menyebabkan hal yang tidak diperbolehkan (haram) juga dianggap sebagai haram. Jika Allah mengharamkan suatu hal, maka Allah juga mengharamkan segala hal yang berhubungan atau membawa konsekuensi terhadap hal tersebut (Hisham et al., 2013). Dalam Surah Al-Baqarah, ayat 169, yang artinya: "*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi*". Konsumsi dalam pandangan Muslim bukan hanya tentang memperoleh kepuasan dari barang-barang yang dikonsumsi, melainkan juga merupakan sebuah tindakan ibadah dengan tujuan untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT (Nugroho, 2022). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah al-an'am ayat 162: Artinya: "*Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam*".

Mahasiswa juga menjauhi *riba* termasuk bunga bank, dan pinjaman *online*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memastikan bahwa mahasiswa hanya berbelanja di toko *online* yang sesuai dengan prinsip syariah. Para mahasiswa meyakini bahwa menjauhi *riba*

merupakan bagian penting dari ketaatan agama, karena riba dianggap dapat merugikan individu dan masyarakat serta melanggar prinsip keadilan dalam Islam. Sebagai umat Islam dilarang untuk terlibat dalam transaksi bunga atau melakukan aktivitas yang melibatkan praktek riba. Karena menjauhi praktik bunga adalah elemen integral dari ketaatan agama dalam Islam, dan ini dipertegas oleh keyakinan bahwa riba memiliki dampak negatif terhadap individu dan masyarakat, dan melanggar prinsip keadilan Islam (Anwar et al., 2023). Ketentuan yang tegas mengenai keharaman riba dalam Islam berasal dari ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah Saw. Allah memperbolehkan aktivitas jual beli sambil secara tegas melarang praktik riba. Oleh karena itu, setiap usaha yang dilakukan harus mematuhi prinsip-prinsip syariah dan berjalan dengan penuh kehati-hatian (Budiantoro et al., 2018). Larangan ini dijelaskan dalam Surah An-Nisaa' ayat 29 artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"*.

Mahasiswa angkatan 2020 cenderung menjauhi praktik riba dalam berbelanja *online*. Saat mahasiswa melakukan transaksi pembayaran, mahasiswa lebih memilih transaksi pembayaran melalui bank syariah dari pada menggunakan bank konvensional. Selain itu, dalam berbelanja *online* para mahasiswa juga mengemukakan bahwa mahasiswa sangat mengedepankan dan memprioritaskan prinsip *maslahah* (kebaikan dunia dan akhirat), dengan mencari produk yang memberikan manfaat dan menghindari yang dapat merugikan masyarakat atau lingkungan. Para mahasiswa menjelaskan bahwa prinsip *maslahah* itu mengacu pada usaha mencapai kebaikan dan manfaat, baik

dalam aspek dunia maupun aspek untuk akhirat.

Seorang Muslim dalam perilaku konsumsinya seharusnya mempertimbangkan manfaat (*maslahah*) dari produk yang dikonsumsi. *Maqasid syariah* menjadi dasar bagi seorang Muslim dalam memilih makanan yang halal. Penting untuk menguraikan *maqasid syariah* agar dapat memberikan pemahaman tentang landasan pemikiran dari panduan syariah, yang bertujuan agar umat manusia dapat menjalani kehidupan sesuai dengan prinsip-prinsip Islami (Zaimsyah & Herianingrum, 2019). Selain itu, para mahasiswa juga menekankan pentingnya infak, sedekah, dan wakaf, atau menyisihkan sebagian pendapatan mahasiswa untuk tujuan beramal. Karena mahasiswa menyadari bahwa memberikan infak, sedekah, dan wakaf adalah cara yang efektif untuk berkontribusi pada kebaikan masyarakat dan membantu mereka yang membutuhkan, sejalan dengan nilai-nilai keagamaan dan kemanusiaan dalam Islam. Mannan menjelaskan bahwa dalam perspektif Islam, konsep konsumsi tidak hanya berkaitan dengan hal materi, tetapi juga mencakup dimensi sosial yang tercermin dalam praktik zakat dan sedekah.

Al-Qur'an dan Hadis menegaskan bahwa memberikan zakat dan sedekah memiliki peran yang sangat penting dalam ajaran Islam. Tindakan ini dianggap mampu memperkuat pondasi-pondasi sosial dalam masyarakat (Yusanto, 1999) dan memiliki potensi untuk membawa keadilan ekonomi di lingkungan masyarakat (Al-ayubi et al., 2022; Al-Ayubi et al., 2023; Al-ayubi & Halawatuddu'a, 2021; Al-Ayubi et al., 2018). Dalam konteks konsumsi Islam, terdapat nilai-nilai ibadah yang tercermin melalui kewajiban zakat, serta pemberian infak dan sedekah yang sangat diutamakan (Al-Ayubi et al., 2023). Oleh karena itu, konsumsi menjadi lebih bermakna ketika individu dapat berbagi dengan sesama

yang membutuhkan dan tidak mampu memenuhi kebutuhan mereka (Furqon, 2018).

Mahasiswa angkatan 2020 juga telah menerapkan prinsip kebersihan dalam berbelanja *online shop*. Para mahasiswa menyampaikan bahwa prinsip kebersihan merupakan salah satu nilai penting dalam Islam, dan menjaga kebersihan dalam proses berbelanja dan konsumsi adalah cara untuk memastikan bahwa produk yang dibeli tidak hanya halal, tetapi juga bebas dari kontaminasi atau masalah kesehatan yang mungkin timbul akibat ketidak higienisan. Kebersihan dalam konteks yang lebih sempit mengacu pada ketiadaan kotoran atau penyakit yang dapat merugikan fisik dan mental manusia. Secara umum, kebersihan mencakup keadaan bebas dari semua yang telah diberkahi oleh Allah SWT. Barang-barang yang dikonsumsi seharusnya memberikan manfaat, bukan menyebabkan pemborosan atau bahkan merusak.

Prinsip kebersihan ini mengimplikasikan bahwa makanan yang dikonsumsi harus berkualitas baik, tidak tercemar, dan tidak menimbulkan rasa jijik sehingga tidak merusak selera (Septiana, 2015). Agama Islam memberikan penekanan yang tinggi terhadap nilai kebersihan. Bahkan, kebersihan dianggap sebagai bagian integral dari keyakinan (aqidah), di mana kelengkapan iman seseorang dinilai kurang jika tidak memperhatikan kebersihan. Selain itu, kebersihan juga dijadikan syarat untuk diterimanya sebuah ibadah. Dengan demikian, kajian pertama dalam pembelajaran fiqh ibadah umumnya mencakup aspek kebersihan, terutama dalam muamalah, khususnya dalam konteks konsumsi, di mana prinsip kebersihan ditekankan secara tegas (Pramesti et al., 2022). Sementara itu, hasil survei wawancara mahasiswa angkatan 2021 menunjukkan bahwa secara umum, para mahasiswa telah menerapkan prinsip konsumsi dalam

Islam seperti prinsip larangan *israf*. Para mahasiswa sangat berhati-hati terhadap *israf* (pemborosan), dan mahasiswa hanya membeli barang-barang yang benar-benar mahasiswa butuhkan. Sebab para mahasiswa mengetahui bahwa perilaku *israf* adalah perilaku yang dilarang agama dan merugikan diri sendiri dan orang lain.

Prinsip konsumsi dalam Islam melarang hidup secara berlebihan atau *israf*, dan sebaliknya, Islam mendorong umatnya untuk menjalani kehidupan secara proporsional. Gaya hidup hedonis, yang kemudian dapat menghasilkan perilaku konsumtif, dianggap merugikan baik bagi individu itu sendiri maupun orang lain. Perilaku konsumtif dapat mengakibatkan konsumsi yang berlebihan, yakni melebihi batas kemampuan keuangan atau pendapatan yang dimiliki seseorang (Afrina & Achiria, 2019). Dalam melakukan konsumsi, Islam menetapkan pedoman yang menjadi panduan bagi setiap konsumen. Batasan ini mencakup perilaku konsumsi yang harus dijaga dan dipatuhi oleh konsumen Muslim, termasuk sikap hemat dan menjauhi perilaku berlebihan dalam berkonsumsi. Sikap ini dijaga dan diterapkan dalam setiap kegiatan sehingga membentuk pola dan gaya hidup sehari-hari (Rohim & Priyatno, 2021).

Mahasiswa juga menyatakan bahwa mahasiswa memiliki prinsip kemurahan hati dalam berbelanja *online shop*. Para mahasiswa hanya memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan mahasiswa berprinsip akan memberikan sumbangan bagi yang membutuhkan, dan menjaga kehalalan dalam konsumsinya. Prinsip kemurahan hati ini mengimplikasikan bahwa jika masih ada individu yang membutuhkan, seharusnya seorang Muslim membantu dengan memberikan atau menyisihkan sebagian kecil dari barang atau pendapatan mereka. Dengan mematuhi prinsip-prinsip Islam ini, tindakan konsumsi tidak akan menimbulkan risiko atau dosa (Melis, 2015).

Dengan mematuhi ajaran Islam, tidak akan ada risiko atau dosa ketika mengonsumsi makanan halal yang telah diberikan oleh Tuhan sebagai wujud dari kemurahan hati-Nya. Selama niatnya adalah untuk mempertahankan hidup dan meningkatkan kesehatan dengan maksud menjalankan perintah Tuhan, didasari oleh iman yang kuat terhadap kehendak-Nya, serta menunjukkan tindakan yang adil sesuai dengan ajaran-Nya. Ini memastikan keselarasan dengan semua ketetapan-Nya (Putra et al., 2019). Selain itu, hasil survei wawancara mahasiswa angkatan 2022 menunjukkan bahwa secara umum, para mahasiswa telah mengikuti prinsip konsumsi dalam Islam seperti prinsip larangan *gharar*. Para mahasiswa dalam berbelanja *online shop* sangat mempertimbangkan transparansi dan kejelasan informasi mengenai produk yang dibeli. Karena mahasiswa berpikir bahwa *gharar* atau unsur ketidakjelasan dan ketidakpastian barang harus diminimalkan dalam transaksi *online* untuk menghindari unsur penipuan, memastikan keadilan dan kepatuhan terhadap ajaran Islam.

Dalam Islam, *gharar* merujuk pada transaksi jual beli yang melibatkan unsur penipuan, baik karena ketidakjelasan objek jual beli maupun ketidakpastian dalam pelaksanaannya. Dalam perspektif hukum Islam, transaksi semacam ini dianggap haram karena ketidakpastian terkait objek, baik itu barang, uang, atau proses transaksinya (Mandalia, 2023). Larangan *gharar* bukan hanya sebagai hukum yang melarang, tetapi juga menganggap transaksi semacam itu tidak sah secara hukum. Larangan terhadap *gharar* memegang peran penting dalam ekonomi Islam, di mana prinsip dasarnya menekankan saling menguntungkan, sementara larangan ini menunjukkan bahwa dalam situasi *gharar*, hanya satu pihak yang mendapatkan keuntungan, sedangkan pihak lain mengalami ketidakadilan (Habibi, 2022).

Mahasiswa juga sangat menjunjung tinggi prinsip moralitas dalam berbelanja *online*. Para mahasiswa memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya mematuhi hukum agama, tetapi juga menjaga integritas pribadi mahasiswa dan menjalankan kebaikan dalam tindakan sehari-hari mahasiswa. Para mahasiswa percaya bahwa berbelanja dengan mempunyai moralitas yang tinggi dapat menciptakan nilai-nilai etika yang baik, yang merupakan hal penting dalam konsumsi Islam.

Pemenuhan kebutuhan konsumsi seorang Muslim harus senantiasa dipandu oleh nilai-nilai moral yang terkandung dalam ajaran Islam, tidak hanya sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan fisik semata. Allah memberikan makanan dan minuman kepada umat manusia dengan maksud untuk meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Sebagai bagian integral dari ajaran Islam, seorang Muslim diberi pengajaran untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyampaikan rasa syukur setelah makan (Suprayitno, 2005).

Prinsip ini tidak hanya berlaku dalam aspek konsumsi makanan dan minuman secara langsung, melainkan juga melibatkan tujuan akhirnya, yaitu peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang Muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan mengungkapkan rasa syukur kepada-Nya setelah makan, sehingga dapat merasakan kehadiran Allah saat memenuhi kebutuhan fisik. Kebermaknaan prinsip ini terletak pada integrasi nilai-nilai kehidupan material dan spiritual secara seimbang, membawa kebahagiaan dalam kehidupan seorang Muslim. (Furqon, 2018).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan observasi melalui wawancara dengan Mahasiswa Institut Agama Islam Tazkia Bogor angkatan 2020-2022 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh mahasiswa dari berbagai

angkatan dalam penelitian ini mayoritas telah menerapkan prinsip konsumsi Islami dalam berbelanja secara online. Hasil analisis menunjukkan bahwa angkatan 2020 adalah yang paling banyak menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam saat berbelanja secara online.

Mahasiswa menunjukkan kesadaran dan kepatuhan terhadap nilai-nilai agama Islam dalam setiap aspek konsumsinya. Beberapa prinsip konsumsi Islam yang diikuti oleh mahasiswa termasuk prinsip syariah (halal dan thayyib), prinsip menjauhi riba, prinsip masalah (kebaikan dunia dan akhirat), prinsip infak, sedekah, dan wakaf, prinsip kebersihan, prinsip menjauhi *israf* (pemborosan), prinsip kemurahan hati, prinsip larangan *gharar* (ketidakjelasan), dan prinsip moralitas.

Dalam pandangan mahasiswa, berbelanja secara *online* bukan hanya sekedar aktivitas ekonomi, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah dan cara untuk mendekatkan diri kepada Allah. Mahasiswa menjalankan prinsip-prinsip konsumsi Islam ini untuk memastikan bahwa konsumsi mereka sesuai dengan nilai-nilai agama Islam dan membantu menciptakan masyarakat yang lebih baik dan adil. Dengan demikian, prinsip-prinsip konsumsi Islam tidak hanya menjadi pedoman bagi mahasiswa Hafidzpreneur dalam berbelanja *online*, tetapi juga merupakan bagian integral dari identitas dan komitmen agama dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menggambarkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya menjaga nilai-nilai agama dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi barang dan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ayubi, S., & Possumah, B. T. (2018). Examining the efficiency of zakat management: Indonesian zakat institutions experiences. *International Journal of Zakat*, 3(1), 37-55.

- Al-Ayubi, S., Shalehanti, N., & Sakti, A. (2022). THE CONCEPT OF ZAKAT AND WAQF IN MIR'AT AL THULLAB. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 194-208.
- Al-Ayyubi, S., Herindar, E., & Perdana, M. N. (2023). MAQASID SHARIA IN TABARRU'CONTRACT LAWS. *Jurnal Al-Dustur*, 6(1), 28-49.
- Al-Ayubi, S., & Halawatuddu'a, S. (2021). Maqasid Al-Sharia in Islamic Finance. *Jurnal Al-Dustur Vol*, 4(2).
- Anwar, H. M., Rihfenti Ernayani, S. E., Ak, M., Taufik, M. I., SE, M., Subhan, M. N., ... & Ibnu Aswat, S. E. (2023). *Manajemen Pengelolaan Keuangan Syariah*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Afrina, D. (2019). Rasionalitas muslim terhadap perilaku *israf* dalam konsumsi perspektif ekonomi islam. *Ekbis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 23-38.
- Budiantoro, R. A., Sasmita, R. N., & Widiastuti, T. (2018). Sistem Ekonomi (Islam) dan Pelarangan Riba dalam Perspektif Historis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 1-13.
- Clara, N., & Beni, S. (2023). Online shop sebagai sarana berbelanja masyarakat masa kini. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 15-19.
- Damayanti, K. F., Santang, A. M., & Aulia, R. (2023). ANALISIS KONFORMITAS SHOPEE PAYLATER DENGAN PRINSIP-PRINSIP EKONOMI ISLAM DALAM MANAJEMEN KEUANGAN. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 1(4), 237-243.
- Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Habibi, M. (2022). TEORI KONSUMSI, PRODUKSI DAN DISTRIBUSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 88-104.

- Hisham et al. , (2013). Prinsip-Prinsip Halal Dan Haram Menurut Al-Qaradawi & Pandangan Ulama' Terhadap Penentuan Makanan Halal. *Halal dan haram*.
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1-15.
- Hamid, A. (2018). Teori konsumsi islam dalam peningkatan ekonomi umat. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 204-216.
- Indrianto, S., & Supomo, B. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen, yogyakarta. Yogyakarta, BPFE.
- Kharismaputra, A. P. (2017, April). Praktik Riba Dalam Denda Keterlambatan Pembayaran. In *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, No. 1).
- Martinelli, I. (2019). Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(1).
- Melis. (2015). Prinsip dan Batasan Konsumsi Islam. *Islamic Banking*, I (1). *EBIS*, III (2).
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Menne, F. (2017). *Nilai-nilai Spiritual dalam entitas bisnis syariah* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Muchtar, F. Y., & Nasrah, N. (2021). Pengembangan Multimedia Interaktif Berbasis I-Spring Presenter untuk Meningkatkan Keterampilan Berpikir Kritis Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5520-5529
- NUGROHO, M. A. (2022). Upah Dan Konsumsi Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Dalam Islam. *J-EBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 1(01).
- Oktaviani, D. (2019). *Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN metro* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Putra, M. D., Putri, D., & Amelia, F. (2019). Prinsip Konsumsi 4K+ 1M Dalam Perspektif Islam. *ASY SYAR'IIYYAH: JURNAL ILMU SYARIAH DAN PERBANKAN ISLAM*, 4(1), 23-45.
- Putra, Y. D., & Aisah, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Herbalife di Healthy Glow Skin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(02), 97-101.
<http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/2364><http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/viewFile/2364/1751>
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP)*, 3(Nomor 2).
- Pramesti, S. T., Ihwanudin, N., & Permana, I. (2022, January). Tinjauan Fatwa DSN-MUI Nomor. 04/DSN-MUI/IV/2000 Dan PBI Nomor. 07/46/PBI/2005 Terhadap Akad Murabahah Bil Wakalah. In *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* (Vol. 2, No. 1, pp. 135-141).
- Rahmat Ilyas. (2016). Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal At-Tawassuth*, 1(2), 152-172.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26-35.
- Siska Mandalia, S. S. *Pengantar Bisnis dan Industri Pariwisata Syariah*. Penerbit K-Media.
- Sari, T. (2021). Eksistensi Diri Pelanggan Online Shop. *Univeristas Komputer Indonesia*
- Saefuloh, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-

- 2018). *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(1).
- Suprayitno, Eko, *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Utami, A. R. H. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79-93.
- Yusanto. Ismail. 1999. *Islam Ideologi*. Bangil: Al-Izzah.
- Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. (2019). Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 2(1), 22-33.
- Zakiah, S. (2022). Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 180-194.