



**RASIONALITAS BERBELANJA *ONLINE* MAHASISWA
(Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri
Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)**

Anindya Putri Amara, Abdul Malik, Sodiah

amaraanindya148@gmail.com, UIN STS Jambi

abduljambi688@gmail.com UIN STS Jambi

sodiah396@gmail.com , UIN STS Jambi

ABSTRAK

The internet, as an information media, has recently developed into a shopping transaction tool, commonly called "*online shopping*." Many companies and businesses have taken advantage of digital-based market developments, thus encouraging consumers to switch to *online shopping* systems. *Online* stores are able to provide satisfaction to customers by providing information regarding products that suit their needs and convenience in making payments. *Online shopping* transactions are increasing, and people no longer differentiate between what is wanted and what is needed, so that there is a bias between rational and irrational. Researchers use qualitative research methods to identify and produce unique and impressive new theories from the existing literature. The focus of the analysis is on the psychological motivation of economic behavior to understand religious behavior and forms of resistance to economic behavior, and whether it creates a sense of rationality that is in line with the principles of Islamic teachings. In this research,

Keywords: *Online Shopping*, Islamic Economy, Rationality.

Abstrak

Internet sebagai media pusat informasi belakangan ini berkembang menjadi alat transaksi belanja atau biasa disebut belanja *online*. Banyak perusahaan dan bisnis telah memanfaatkan perkembangan pasar berbasis digital sehingga mendorong konsumen beralih ke sistem belanja *online*. Toko *online* mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan informasi terkait produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan kemudahan dalam melakukan pembayaran. Transaksi belanja *online* semakin meningkat dan masyarakat tidak lagi membedakan antara apa yang diinginkan dan dibutuhkan sehingga terjadi bias antara rasional dan irasional. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengidentifikasi dan menghasilkan teori baru yang unik dan mengesankan melalui literatur yang ada. Fokus analisisnya adalah motivasi psikologis dari perilaku ekonomi untuk memahami perilaku keagamaan dan bentuk perlawanan perilaku ekonomi tersebut apakah menciptakan rasa rasionalitas yang sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Belanja *Online*, Ekonomi syariah, Rasionalitas

1. PENDAHULUAN

Di era, digital, perkembangan teknologi komunikasi memberikan berbagai pengaruh bagi penggunaannya, misalnya Saat ini penggunaan internet tidak sebatas untuk memperoleh informasi, namun juga melakukan transaksi pembelian atau biasa disebut dengan belanja *online*. Banyak perusahaan dan bisnis yang beralih ke sistem belanja *online* seiring dengan berkembangnya era digital, hal ini juga mendorong konsumen untuk berbelanja secara *online*. berbagai informasi dapat membantu pelanggan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan memberikan mereka perasaan yang baik dengan kemudahan pembayaran dilakukan hanya melalui Internet tanpa memerlukan kontak fisik. sistem belanja *online* menghilangkan kebutuhan proses penjualan yang panjang dan komunikasi verbal, dengan kata lain pelanggan dapat membeli produk dengan santai dari rumah hanya menggunakan jari dan *smartphone*.

Rasionalitas sangat terkait dengan tujuan hidup manusia, tindakan seseorang dikatakan rasional bila sesuai dengan tujuan hidupnya demikian pula sebaliknya. tujuan hidup seorang muslim adalah mencapai *falah* atau kemenangan, kemuliaan dan kesuksesan, kebahagiaan di dunia dan akhirat baik material maupun spiritual dengan membuat *masalahah* bagi siapa saja, kapan saja, dimana saja dan apa saja untuk tujuan yang rasional. Dalam ekonomi Islam, *falah* adalah kemuliaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, segala sesuatu yang kita lakukan harus membawa sesuatu yang baik dan dapat kita pertanggung jawabkan sebagai tindakan rasional. Berbelanja merupakan salah satu kegiatan pokok untuk memenuhi kebutuhan makhluk hidup seperti sandang, papan dan pangan Untuk mengembangkan rasa rasionalitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam maka pemenuhan kebutuhan didasarkan pada konsep *masalahah* yaitu bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain sebagaimana tujuan ekonomi syariah sehingga, banyak orang yang belanja *online* tapi mereka lebih rasional.

Dalam belanja harus ada tujuan yang jelas meskipun terjadi perubahan konsep dari *what i need* sekarang jadi *what i want*. Sebagai mahasiswa ekonomi syariah, seharusnya menjadi pelopor praktik ekonomi secara Islam sebagaimana yang tertera dalam visi misi fakultas. Misalnya, mahasiswa membeli dan menjual barang dan jasa halal, mengelola uang tanpa bunga, menghindari hutang atau segera kembali saat meminumnya, melaksanakan kegiatan persewaan dengan benar. dan melakukan bisnis sesuai dengan hukum Islam. pada saat mahasiswa lulus kuliah peran kepeloporan tetap perlu dimainkan karena menjalankan ekonomi syariah adalah kewajiban setiap muslim. adanya para pionir tersebut diharapkan ekonomi syariah terus meningkat dari waktu ke waktu dan masyarakat dapat melihat langsung praktik ekonomi syariah dan manfaatnya di masa depan, dalam melaksanakan diperlukan kerasionalan dalam berfikir dan bertindak.

Berdasarkan hasil observasi di kampus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi pada 12 mahasiswa ekonomi syariah Jambi tepatnya angkatan 2018, didapatkan data alasan mereka berbelanja *online*. Dari 12 orang mahasiswa 9 diantaranya mengatakan karena kemudahannya, 5 orang karena harga, dan 1 orang mengatakan karena adanya diskon. Dapat dilihat bahwa para mahasiswa memilih berbelanja *online* hanya memikirkan dan mengutamakan kemudahan dan keuntungan duniawi. Sedangkan dalam ekonomi Islam tidak sebatas membahas untung rugi tetapi juga perilaku dalam perekonomian, apakah latar belakang dan tindakannya sudah sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an hadis dan juga sesuai fatwa para ulama yang mengutamakan *masalahah*. Karena dalam ranah muamalah hukum untuk menghantarkan manusia mencapai *masalahah* yakni memperoleh kebaikan dan sekaligus terhindar dari bahaya baik di dunia maupun di akhirat.

Rasionalitas tidak dapat dipisahkan dari teori tindakan sosial. Menurut Weber, tindakan rasional adalah pilihan bertindak yang efektif dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, Weber juga menemukan bahwa tindakan sosial tidak selalu memiliki dimensi rasional, tetapi ada berbagai tindakan non-rasional yang dilakukan oleh manusia, termasuk tindakan manusia dalam kaitannya dengan berbagai aspek kehidupan seperti politik sebagai kebijakan sosial dan ekonomi. Weber menemukan 4 jenis tindakan yaitu tindakan rasional instrumental, tindakan rasional nilai, tindakan rasional afektif dan tindakan rasional tradisional. Namun sayangnya weber tidak sempat meneliti rasionalitas dalam nilai-nilai Islam dia hanya melihat sekilas mengenai perilaku sosial masyarakat muslim sebagai contohnya kaum sufi, hal ini membuat dia berpikir bahwa Islam merupakan agama yang irasional.

Fenomena ini sangat menarik karena dari situasi saat ini peneliti dapat melihat perilaku berbelanja dan membuat modelnya. Bagaimana seorang berpikir rasional berdasarkan apa tindakan mereka dilakukan, karena dalam bertindak setiap tujuan punya alasan, setiap jawaban punya pertanyaan. Untuk mengetahui apa yang akan terjadi kita harus melihat apa yang sedang terjadi, bagaimana rasionalitas seseorang untuk melakukan berbelanja *online* apakah itu rasional atau tidak berdasarkan nilai-nilai Islam.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Belanja Online

Jual beli *online* adalah jual beli yang dilakukan dengan sarana elektronik sehingga penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung atau tatap muka untuk melakukan transaksi jual beli. Pembeli bisa memilih barang yang diinginkan dan membayar sesuai harga yang tertera. Penjual kemudian mengirimkan barang untuk diperdagangkan.

Dengan adanya jual beli *online*, penjual tidak perlu menyewa toko untuk berjualan penjual hanya perlu memanfaatkan teknologi untuk menjangkau calon pembeli di seluruh dunia sehingga promosi akan lebih efektif. Kelemahannya adalah pembeli harus lebih selektif dan berhati-hati dalam bertransaksi agar terhindar dari tindakan. Bertransaksi secara *online* diperbolehkan menurut Islam, asalkan sesuai dengan rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Dalam Islam, syarat-syarat jual beli yang sah antara lain penjual dan pembeli senang, tidak ada paksaan dari kedua belah pihak, dan barang yang diperjualbelikan harus mengandung manfaat dan kesucian sebagaimana miliknya.

2.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses tindakan dan hubungan sosial yang melibatkan individu, kelompok dan organisasi sebagai hasil dari pengalaman menggunakan produk, layanan dan sumber lainnya. Analisis perilaku konsumen dilakukan untuk memahami aspek psikologi manusia secara utuh, kekuatan faktor sosial budaya dan prinsip-prinsip yang mempengaruhinya dalam bertindak. Maka untuk melihat perilaku konsumen perlu kita lihat juga tindakan sosialnya.

Menurut teori ekonomi perilaku konsumen Muhammad Muflih, perilaku seorang konsumen muslim harus mencerminkan hubungannya dengan Allah. Umat Islam akan mengalokasikan kekayaan mereka untuk kebutuhan dunia dan akhirat baik berupa perilaku, gaya hidup, selera dan sikap terhadap manusia dan makhluk hidup lainnya. pola perilaku konsumsi seorang muslim berperan penting sebagai tolak ukur yang mempengaruhi cara pandang serta kepribadian manusia karena perilaku konsumsi seorang muslim juga menggambarkan keimanannya.

2.3. Tindakan Sosial

Teori tindakan sosial Max Weber berorientasi pada motif dan tujuan pelaku. Dengan menggunakan teori ini kita dapat memahami perilaku setiap individu maupun kelompok bahwa masing-masing memiliki motif dan tujuan yang berbeda terhadap sebuah tindakan yang dilakukan. Teori ini bisa digunakan untuk memahami tipe-tipe perilaku tindakan setiap individu maupun kelompok. Sebagaimana diungkapkan oleh Weber dengan memahami perilaku setiap individu maupun kelompok, sama halnya kita telah menghargai dan memahami alasan- mereka dalam melakukan suatu tindakan. Maka dapat disimpulkan bahwa cara terbaik untuk memahami berbagai kelompok adalah menghargai bentuk-bentuk tipikal tindakan yang menjadi ciri khasnya. Sehingga kita dapat memahami alasan- mengapa suatu warga masyarakat tersebut bertindak.

Terdapat 4 jenis aksi sosial yang dikemukakan Max Weber.

2.3.1.Tindakan Instrumental (Zwerk Rational)

Ini adalah aksi yang memiliki rasionalitas sangat tinggi, meliputi opsi yang sadar (masuk akal) yang berhubungan dengan tujuan aksi serta alat yang digunakan untuk mencapainya. Orang bertindak didasarkan pada tujuan yang diinginkannya, dan memastikan satu opsi diantara tujuan yang saling bersaing, kemudian orang memperhitungkan perlengkapan yang bisa digunakan untuk mewujudkan tujuan.

2.3.2.Tindakan Nilai (Werk Rational).

Nilai didefinisikan sebagai sesuatu yang dianggap baik atau benar dan diharapkan keberwujudannya sehingga ketika individu bertindak berdasarkan suatu nilai maka tindakan itu adalah tindakan yang didasarkan oleh rasionalitas nilai. Contoh tindakan berkata jujur karena orang menganggap nilai kejujuran sebagai suatu yang baik benar dan diharapkan. contoh lain tidak korupsi itu karena orang menganggap nilai-nilai antikorupsi sebagai suatu yang baik, benar, dan diharapkan. \kemudian dengan memaafkan kesalahan orang lain karena agama mengajarkan nilai tersebut. maka itu adalah rasionalitas nilai tindakan didasarkan pada nilai agama

2.3.3. Tindakan Afektif (Affectual action).

Tipe aksi sosial ini didominasi oleh perasaan ataupun emosi tanpa refleksi intelektual ataupun perencanaan sadar. tindakan seseorang yang didasarkan pada perasaan yang meluap- luap semacam cinta, marah, khawatir ataupun gembira, serta secara otomatis mengatakan perasaan itu tanpa refleksi. Hal itu berarti menampilkan aksi afektif, yang sama sekali tidak rasional sebab minimnya evaluasi logis, pandangan hidup, ataupun kriteria rasional yang lain. Aksi afektif adalah ekspresi emosional dari orang yang sifatnya otomatis dan tidak rasional.

2.3.4. Tindakan Tradisional (Traditional Action).

seseorang memperlihatkan perilaku tertentu karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan. Tindakan ini ditentukan oleh kebiasaan yang sudah mengakar secara turun

2.4. Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam

teori konvensional menunjukkan rasionalitas hanya berfokus pada utility atau manfaat, dalam rasionalitas Islam selain memperhatikan beberapa manfaat juga kehalalan produk. Pertama, manfaat material seperti murah; Kedua manfaat fisik atau psikis seperti aman, sehat, dan nyaman ketiga manfaat intelektual yaitu mendapatkan informasi pengetahuan, keempat manfaat lingkungan yaitu eksternalitas positif; kelima manfaat inter-generation yaitu manfaat yang memperhatikan kelestarian dan keturunan seorang muslim dan juga memperhatikan berkah dalam setiap tindakannya.; keenam, kehalalan barang dan jasa, tidak *israf*, serta ada ridha Allah didalamnya.

tujuan seorang muslim adalah mencapai *falah*, diambil dari *aflaha-yuflihu* yang berarti kemenangan dan untuk mencapainya dengan memaksimalkan *masalahah*. Dari sudut pandang konsumsi Islam, kebutuhan ditentukan oleh *masalahah* yang akan memunculkan *falah*.

Jika sumber hukum utama masih menimbulkan pertanyaan, para ulama menempuh ijtihad, yaitu upaya mencari jawaban atas dasar landasan mengikuti metode dan prinsip umum dalam ushul Al fiqh. Hasil dari ijtihad ulama bisa hanya berupa opini ulama namun dapat meningkat menjadi fatwa yang merupakan salah satu rujukan bagi muslim untuk bertindak dan berperilaku. Salah satu fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah fatwa bunga bank yang termasuk dalam fatwa bunga nomor 1 MUI 2004.

Adapun sebagian dari sifat *masalahah*, antara lain:

- 1) *Maslahah* bersifat subjektif. setiap orang dapat menentukan apakah suatu perbuatan *masalahah* atau tidak, hal itu berarti masing-masing orang menjadi hakim bagi dirinya sendiri. Tetapi perlu diingat bahwa kriteria *masalahah* ini ditetapkan oleh syari'ah dan sifatnya mengikat bagi semua individu.
- 2) *Maslahah* individu akan konsisten dengan *masalahah* orang banyak. Inilah yang dimaksudkan bahwa setiap muslim harus bermanfaat bagi lingkungannya.

Seorang muslim dapat dikatakan memaksimalkan *masalahah* jika memenuhi indikator indikator berikut.:

2.4.1. Berfaedah

Menurut Mahmud, dalam ekonomi Islam membandingkan konsep kepuasan dengan pemenuhan kebutuhan perlu membandingkan tingkatan tujuan hukum syara. yang meliputi daruriyyah (tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan dunia dan akhirat), hajiyyah (bertujuan memudahkan kehidupan), dan tahsiniyyah (menghendaki kehidupan indah dan nyaman).

2.4.2. Berbelanja berdasarkan kebutuhan

Al Gazālī menyatakan bahwa kebutuhan hidup manusia ada tiga, primer, sekunder, dan mewah. Lebih lanjut, Al Gazālī menyatakan tujuan utama penerapan Syariah adalah melestarikan kehidupan, pemikiran, keturunan serta aset yang terkait dengan masalah ekonomi.

2.4.3. Memperhatikan intensitas waktu berbelanja

dalam rangka memaksimalkan *masalahah* maka kita perlu memperhatikan konsumsi seorang muslim tidak hanya sebatas fungsi dari jumlah barang yang dikonsumsi namun juga intensitas waktu dalam berbelanja serta fungsi dari masa lalu dan masa depan bermanfaat untuk diri sendiri dan orang-orang sekitar. Seperti firman Allah SWT dalam surah Al kahfi Ayat 46

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَةُ الصَّالِحَةُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا

Artinya: “Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amal kebajikan yang terus-menerus adalah lebih baik pahalanya disisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan”..

2.4.4. Menghabiskan di jalan kebenaran.

Menurut Yahya bin Umar dalam pemikirannya, kegiatan ekonomi merupakan bagian integral dari ketakwaan seorang muslim kepada Allah SWT. Itu tidak tersembunyi dari Allah SWT dan tidak ada yang luput dari pengawasan-Nya. Artinya ketakwaan merupakan prinsip ekonomi Islam dan juga merupakan faktor utama yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional.

cara mendapatkan ridha Allah diantaranya berbelanja sesuai dengan firman Allah dalam Al-quran dan menghabiskannya di jalan kebenaran atau amal di jalan Allah. seperti yang tertulis pada Quran surah Al-Munafiqun ayat 10

وَأَنْفَقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ فَيَقُولَ رَبِّ لَوْلَا أَخَّرْتَنِي إِلَى أَجَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُنْ مِنَ الصَّالِحِينَ

Artinya: “Dan belanjakanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang kematian kepada salah seorang di antara kamu; lalu ia berkata: "Ya Rabb-ku, mengapa Engkau tidak menangguhkan (kematian)ku sampai waktu yang dekat, yang menyebabkan aku dapat bersedekah dan aku termasuk orang-orang yang saleh?"

2.4.5. Hindari konsumsi barang-barang yang dilarang dalam agama (haram).

Seperti yang tertulis pada Al-Maidah ayat 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

2.4.6. Konsumsi secara moderat tidak boros dan tidak pelit

Konsumsi yang dilakukan menurut Abdul Manan harus menghormati 5 prinsip, yaitu kebersihan, kesederhanaan, kedermawanan, moralitas, dan prinsip moralitas menurut Yusuf Qardhawi ada 3 prinsip konsumsi yaitu menghabiskan kekayaan dalam kebaikan dan keserakahan, tidak boros, dan mengutamakan kesederhanaan. prinsip-prinsip tersebut pada dasarnya berasal dari Al-Quran dan Sunnah.

Al-Quran mengajarkan tindakan moderat dalam melakukan pengeluaran sebagaimana surat Al-Isra ayat 29.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya [852] karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal”.

Lalu pada QS. Al-A'raaf ayat 31 tentang Larangan pemborosan

يَا أَيُّهَا آدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian mengambil tema utama perilaku konsumen dan pengambilan keputusan apakah rasional sesuai nilai-nilai Islam yang dikhususkan pada mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 -2020 sebanyak 45 orang dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penggunaan teori pengambilan keputusan dan perilaku konsumen peneliti kerucutkan kembali dengan keputusan media belanja secara *online* apabila berbelanja secara rasional.

pengumpulan data dengan wawancara langsung dilakukan pada 17 April 2022 s.d 17 Mei 2022. Namun wawancara langsung melalui chat atau via telpon dilakukan secara terus menerus seiring ditemukannya suatu ketidakjelasan.

teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data utama yaitu pengamatan dari perkataan dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai. Sumber data utama dicatat ke dalam catatan tertulis atau rekaman video/audio tape dan pengambilan foto. Lalu data tambahan diperoleh dari sumber tertulis seperti sumber buku dan jurnal ilmiah, penelitian terdahulu sumber arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.

Dalam hal ini penulis menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

- 1.Data Collection, Penulis menganalisis jawaban dari hasil wawancara. Jika pernyataan masih belum menjawab masalah, penulis akan terus menanyakan sampai masalah teratasi, dan ditentukan oleh data yang dianggap kredibel.
- 2.Data Reduction. Jumlah data yang dikumpulkan di lapangan sangat banyak, maka harus dikomunikasikan secara jelas dan ringkas. Merangkum data berarti memilih hal-hal yang pokok dan fokus pada informasi penting untuk memperoleh tema dan pola data data tersebut, akan memberikan informasi yang lebih detail dan jelas.
- 3.Data Display, setelah data diolah, langkah selanjutnya adalah menampilkannya. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam bentuk garis tunggal, bagan, hubungan lintas kategori, diagram alur, atau yang lainnya.

Metode pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang dapat diverifikasi.

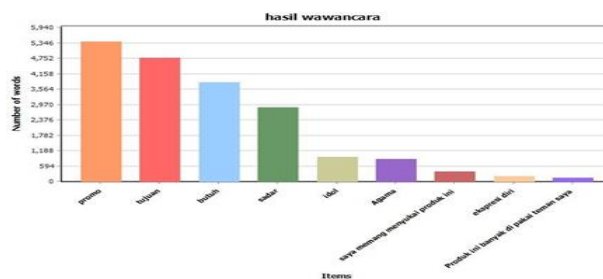
4. Conclusion Drawing/verification, Kesimpulan/verifikasi, menurut Miles dan Huberman. langkah terakhir dalam analisis data adalah menyimpulkan dan memverifikasi data. Kesimpulan awal yang kuat yang mendukung pada tahap data lainnya

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Alasan Mahasiswa Melakukan Kegiatan berbelanja Online

hasil penelitian yang digambarkan pada grafik di bawah menunjukkan bahwa terdapat 3 perilaku mahasiswa yang paling menonjol yaitu afektif, instrumental, dan nilai.

Tabel 1 Alasan Mahasiswa Memilih Berbelanja *Online*



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

4.1.1. Tindakan Afektif

keputusan mahasiswa melakukan pembelian *online* berdasarkan tindakan afektif yang sifatnya spontan dan ekspresi emosional individu. mahasiswa berbelanja karena mereka menyukai suatu barang dan menginginkannya ketika melihat produk itu dipakai oleh teman atau idolanya, ditambah dengan promosi-promosi yang ada seperti diskon dan gratis ongkos kirim. Mereka bertindak secara spontan berdasarkan perasaan tanpa mempertimbangkan butuh atau tidaknya barang yang mereka beli.

4.1.2. Instrumental

Rasionalitas instrumental yang dibangun mahasiswa dalam menentukan pilihan didasarkan pada suatu tujuan yang akan dicapainya. mahasiswa sadar bahwa sebagai mahasiswa berlatar pendidikan ekonomi dan sebagai kaum milenial membutuhkan perubahan untuk memikirkan tuntutan ke depan serta tujuan melakukan suatu tindakan.. berdasarkan tujuan perubahan dalam hidup, maka mahasiswa mempunyai tujuan ke depan dalam kegiatan berbelanja *online*, seperti kemudahan berbelanja sehingga mahasiswa tidak perlu berkeliling pasar atau toko untuk mencari barang yang mereka inginkan. hal itu dialami oleh Hasana dalimunte yang tinggal di asrama selama berkuliah, dia membeli barang yang dibutuhkan di toko *online* sehingga tidak perlu keluar asrama. Nurhasanah memutuskan jarang berbelanja *online* karena dia berpikir barang tersebut tidak benar-benar dibutuhkan saat itu dan dia berbelanja di sana jika memang terdesak dan diperlukan. keputusan yang sama dari seorang mahasiswa sekaligus ibu rumah tangga yang sangat sibuk dan tidak memiliki waktu berkeliling pasar maka berbelanja *online* sangat memudahkan untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhan.

4.1.3. Nilai

perilaku konsumen berdasarkan nilai dalam Islam diwujudkan melalui segala tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Alasan mahasiswa membeli suatu barang karena mereka menganggap barang tersebut sebagai kebutuhan kemudian mereka menghabiskannya di jalan kebenaran yaitu untuk belajar merawat diri, memenuhi hobi mereka dan ibadah. Berbicara soal nilai dapat dijelaskan lebih lanjut pada rasionalitas Mahasiswa Berbelanja *online* menurut nilai-nilai Islam

4.2 Rasionalitas Mahasiswa Berbelanja *online* menurut nilai-nilai Islam

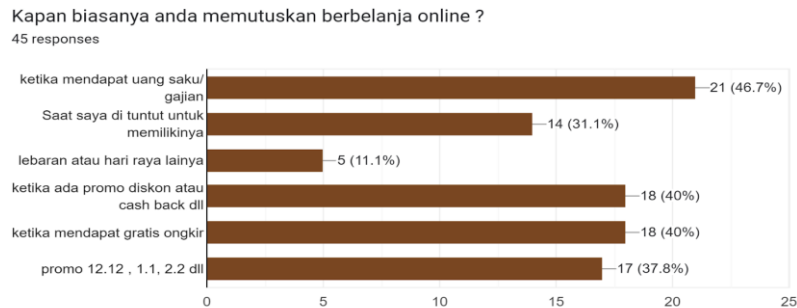
4.2.1. Berbelanja berdasarkan kebutuhan

Kebutuhan atau need didasarkan atas konsep *masalah* dan salah satu tujuan syariah adalah menyejahterakan manusia. Tiap mahasiswa menjelaskan alasan berbelanja *online* untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan setiap mahasiswa berbeda beda, contohnya mahasiswa laki-laki berbelanja *online* untuk membeli barang serta aksesoris motor yang ia anggap sebagai kebutuhan,

sedangkan mahasiswa perempuan berbelanja skin care untuk merawat kulit dan penampilan, dalam pandangan mereka itu merupakan suatu kebutuhan. Dalam hal ini perilaku berbelanja mahasiswa yang sesuai pada pernyataan di atas antara lain mahasiswa berbelanja buku atau peralatan kuliah, peralatan ibadah, dan makanan.

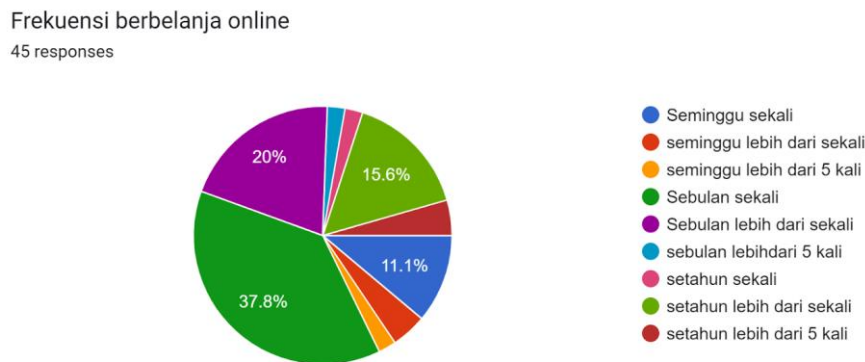
4.2.2. Memperhatikan intensitas waktu berbelanja

Tabel 2 Waktu Berbelanja Online Mahasiswa



Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 3 Frekuensi Berbelanja Online

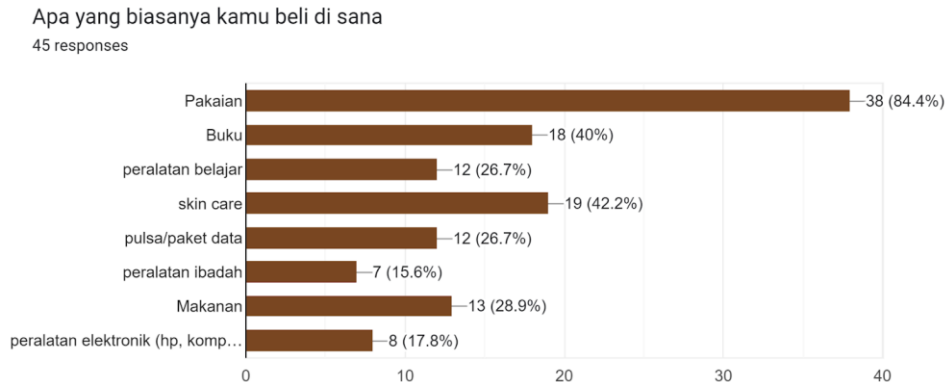


Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Data di atas membuktikan bahwa Kebanyakan mahasiswa mengatakan membeli produk ketika mendapatkan uang saku, diikuti promo besar-besaran dan gratis ongkir, yang terakhir adanya tuntutan untuk memilikinya. diagram frekuensi berbelanja *online* menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berbelanja dengan intensitas waktu acak sesuai keinginan mereka, itu berarti mahasiswa tidak memperhatikan intensitas waktu berbelanja.

4.2.3. Hindari konsumsi barang-barang yang dilarang dalam agama

Tabel 4. Barang Yang Dibelanjakan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Mahasiswa membeli barang halal sehingga tidak ditemukan produk yang mengandung zat haram. Mahasiswa hanya membeli barang-barang yang mereka butuhkan.

4.2.4. Menghabiskan Di Jalan Kebenaran

mahasiswa berbelanja buku atau peralatan kuliah lalu peralatan ibadah, dan juga makanan secara *online* karena menurut mereka itu akan lebih menghemat waktu dan tenaga. Rasionalitas secara Islam berarti mengikuti seluruh nilai-nilai Islam, namun dalam praktiknya mahasiswa masih menggunakan salah satu praktik yang dilarang menurut nilai Islam yaitu adanya kredit. sistem bunga bank dimaksudkan sebagai riba namun kenyataannya bagi konsumen muslim fatwa tersebut mengandung kontroversi yang membuat masyarakat bingung sehingga mahasiswa tetap mengkonsumsinya. Dalam berperilaku budaya akan sangat mempengaruhi pemikiran, perasaan dan perilaku yang diperoleh melalui pengajaran dan transmisi sosial. Begitulah yang terjadi dengan sistem shopeepay later atau sistem bunga karena fatwa yang kontroversi maka mahasiswa masih menggunakannya. Para mahasiswa menganggap sistem pada shopeepay sebagai hal biasa dan bukan sesuatu yang dilarang dalam agama.

4.2.5. Konsumsi secara moderat tidak boros dan tidak pelit

Tabel 5 Uang Saku Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
>Rp. 2.000.000	1	2.2%
Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	4	8.9%
Rp. 500.000-Rp.1.000.000	40	88.9%
Jumlah	45	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Kebanyakan mahasiswa memiliki pendapatan Rp.500.000-Rp.1.000.000 dengan frekuensi berbelanja sebanyak sebulan sekali. Dapat disimpulkan dalam kegiatan berbelanja *online* mahasiswa masih normal atau rasional

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian berjudul rasionalitas praktek berbelanja *online* pada mahasiswa maka disimpulkan:

1. Alasan yang mempengaruhi mahasiswa memilih berbelanja *online* adalah perasaan mereka lebih untung membeli barang *online* dan mereka merasa membutuhkan barang itu. selanjutnya tindakan

- mereka berdasarkan tujuan yaitu menghemat uang, tenaga, dan untuk mendapatkan untung dari kegiatan berbelanja *online*
2. Rasionalitas berbelanja menurut nilai-nilai Islam pada mahasiswa yang berbelanja *online* sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pola konsumsi mahasiswa sudah mengandung nilai *masalah* namun tidak maksimal pada penerapannya. Ketika berbelanja secara Islam, mahasiswa hanya fokus terhadap kandungan zat yaitu mereka hanya membeli barang yang halal namun tidak memperhatikan praktiknya. Mereka tidak peduli tujuan membeli barang itu, dengan cara apa mereka mendapatkannya secara rasional atau tidak, bahkan beberapa dari mereka membeli secara kredit. Para mahasiswa melakukan kegiatan transaksi konsumsi *online* juga berdasarkan tujuan yang sebenarnya baik, peneliti melihat bahwa mahasiswa sudah memahami barang yang sesuai kebutuhan dan mereka sudah mengenal konsep berbelanja dengan prinsip rasionalitas syariah dengan baik. Dalam usia mereka yang terbilang muda sebagian besar masih mudah terpengaruh oleh tawaran promosi di *online* shop, serta lingkungan dan tren yang berkembang di sekitar mereka. Beberapa alasan ini membuat mahasiswa bertindak mengikuti keinginan dan nafsu mereka secara spontan.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Cetak:

Buku

Penulis. *Judul buku*. Lokasi Penerbit: Penerbit, tahun, halaman.

- [1] Hufaz Al-Qur'an Hafalan terjemah dan Tajwid. Bandung: Cordoba, 2019.
- [2] Abdul Aziz Nugraha Pratama dan Fetria Eka Yudianta. *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2022.
- [3] Abidin, Zainal. "Empat Teori Tindakan Menurut Max Weber," t.t., 3.
- [4] Achmad Zurohman dan Eka Rahayu. "Jual Beli *Online* dalam Perspektif Islam." *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (11 Januari 2019). <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>.
- [5] Adiwarman Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. (Edisi Ketiga). Jakarta: Rajawali Press, 2008.
- [6] Afrina, Dita. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku *Israf* Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam." *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 1 (4 April 2019): 23. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.1.1088>.
- [7] Arief, Suyoto. "Konsumen Rasional Dalam Perspektif Islam," t.t., 14.
- [8] Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta, 2013.
- [9] Damsar. *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Group., 2015.
- [10] Darwis Harahap dan Ferri Alfadri. *Ekonomi Mikro Islam*. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021.
- [11] Gunawijaya, Rahmat. "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam." *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah* 13, no. 1 (1 April 2017): 131.
- [12] Hermawan, Herry. "Sikap Konsumen Terhadap Belanja *Online*." *Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (12 Juni 2017): 136. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.6>.
- [13] Ika Yunia Fauzia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- [14] Iratantika, A. "Perilaku Konsumen *Online* Shop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNM," 2019, 8.
- [15] Mahmud dan Ahmad Shaikh. *Economics of Islam*. Lahore: Ashraf Publication, 1968.
- [16] Malik, Abdul, Arya Hadi Dharmawan, dan Titik Sumarti. "Konstruksi Sosial Kuasa Pengetahuan Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat di Propinsi Jambi dan Sumatera Barat." *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan* 4, no. 2 (3 Mei 2010). <https://doi.org/10.22500/sodality.v4i2.5847>.
- [17] Malika, Azalia. "Rasionalitas Mahasiswa FEBI Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Investor Saham (Studi Kasus Galeri Investasi Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)," 2019.
- [18] Max Weber. *Etika Protestan & Spirit Kapitalisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- [19] Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- [20] Muhammad. *Prinsip-prinsip ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- [21] Muhammad Nejatullah Siddiqi. *The Economic Enterprise In Islam*, terj. Anas Sidik, Kegiatan Ekonomi dalam Islam. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- [22] Muhlis, Alis, dan Norkholis. "Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Tradisi Pembacaan Kitab Mukhtashar Al-Bukhari, Jurnal Penelitian," Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta Vol. 1, no. Nomor 2 (Oktober 2016): hlm.7.
- [23] Mustika, Winda Febri, dan Dewi Puri Astiti. "Gambaran Pengambilan Keputusan Remaja Putri Dalam Perilaku Belanja *Online*." *Jurnal Psikologi Udayana* 4, no. 02 (28 Januari 2018): 379. <https://doi.org/10.24843/JPU.2017.v04.i02.p13>.

- [24] Nasution, Mustafa Edwin. Pengenalan eksklusif ekonomi Islam. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- [25] Qaradawi, Yusuf, Dahlia Husin, dan Zainal Arifin. Norma dan etika ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani Press, 2006.
- [26] Riduwan. Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian. Bandung: Alfabeta, 2010.
- [27] Ridwan, Rita Handayani, M Si, Aqwa Naser Daulay, M Si, Muhammad Syahbudi, Tri Inda Fadhila Rahma, dan M Ei. Ekonomi Mikro Islam. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
- [28] Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [29] ———. Metode penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [30] Suharsaputra, Uhar. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- [31] Suhasini, Arikunto. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- [32] Thahir, A. Halil. Ijtihad maqâsidi: rekonstruksi hukum Islam berbasis interkoneksi *masalah*. Edisi pertama. Yogyakarta: LKiS, 2015.
- [33] Turner, Bryan S, dan Mudhofir Abdullah. Menggugat sosiologi sekuler: studi analisis atas sosiologi weber. Yogyakarta: Suluh Press, 2005.
- [34] Universitas Islam Indonesia, dan Bank Indonesia, ed. Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Pers, Divisi Buku Perguruan Tinggi, RajaGrafindo Persada, 2008.

Jurnal dan sumber lainnya

- [1] Abidin, Zainal. “Empat Teori Tindakan Menurut Max Weber,” t.t., 3.
- [2] Achmad Zurohman dan Eka Rahayu. “Jual Beli *Online* dalam Perspektif Islam.” *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (11 Januari 2019). <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>.
- [3] Afrina, Dita. “Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku *Israf* Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam.” *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 1 (4 April 2019): 23. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.1.1088>.
- [4] Arief, Suyoto. “Konsumen Rasional Dalam Perspektif Islam,” t.t., 14.
- [5] Gunawijaya, Rahmat. “Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam.” *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah* 13, no. 1 (1 April 2017): 131.
- [6] Hermawan, Herry. “Sikap Konsumen Terhadap Belanja *Online*.” *Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (12 Juni 2017): 136. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.6>.
- [7] Iratantika, A. “Perilaku Konsumen *Online Shop* Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNM,” 2019, 8.
- [8] Malik, Abdul, Arya Hadi Dharmawan, dan Titik Sumarti. “Konstruksi Sosial Kuasa Pengetahuan Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat di Provinsi Jambi dan Sumatera Barat.” *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan* 4, no. 2 (3 Mei 2010). <https://doi.org/10.22500/sodality.v4i2.5847>.
- [9] Malika, Azalia. “Rasionalitas Mahasiswa FEBI Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Investor Saham (Studi Kasus Galeri Investasi Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi),” 2019.
- [10] Muhlis, Alis, dan Norkholis. “Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Tradisi Pembacaan Kitab Mukhtashar Al-Bukhari, Jurnal Penelitian,” *Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta* Vol. 1, no. Nomor 2 (Oktober 2016): hlm.7.
- [11] Mustika, Winda Febri, dan Dewi Puri Astiti. “Gambaran Pengambilan Keputusan Remaja Putri Dalam Perilaku Belanja *Online*.” *Jurnal Psikologi Udayana* 4, no. 02 (28 Januari 2018): 379. <https://doi.org/10.24843/JPU.2017.v04.i02.p13>.