

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM PADA MOMENT HARBOLNAS DALAM PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas KeIslaman Universitas Trunojoyo Madura)

Harbolnas (Hari Belanja *Online* Nasional) adalah hari perayaan untuk mendorong dan mengedukasi masyarakat mengenai kemudahan berbelanja secara *online*. Harbolnas di Indonesia dimulai pada tanggal 12 Desember 2012 atau biasa disebut dengan 12.12. Dengan adanya Harbolnas dengan terdapat diskon besar-besaran membuat konsumen khususnya para mahasiswa lazimnya akan antusias dalam berbelanja hingga berlebihan. Semua kegiatan, tindakan serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut sebelum membeli merupakan perilaku konsumsi. Islam tidak memisahkan ekonomi dan etika, sebagaimana tidak memisahkan ilmu dan akhlaq, politik dan etika. Tidak ada kebebasan tanpa kendali dalam Islam. Oleh karena itu tidak ada kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi yang tidak terikat dengan *buhul* akidah dan etika mulia, di samping itu juga dengan hukum-hukum Islam. Mahasiswa sebagai konsumen muslim harus menghindari dari sesuatu yang haram atau terlarang, dan tidak boleh bersikap berlebih-lebihan meskipun apa yang dikonsumsi itu halal. Terdapat kaidah-kaidah terpenting dalam etika konsumsi dalam Islam seperti kaidah alamiah, kaidah Ilmiah, kaidah kuantitas, kaidah sosial dan lainnya.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuannya untuk membantu peneliti memasuki bidang persepsi orang lain untuk memandang kehidupan sebagaimana dilihat oleh orang-orang tersebut. Sumber data primer yang digunakan dari hasil wawancara semi terstruktur dari mahasiswa Fakultas KeIslaman UTM, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen seperti buku, web, artikel.

Hasil dari penelitian ini adalah etika konsumsi yang diterapkan oleh mahasiswa Fakultas KeIslaman UTM beberapa masih belum sesuai dengan ajaran Islam yaitu melakukan pembelian dengan tujuan untuk memanfaatkan promosi yang ada dan melakukan pembelian untuk memenuhi keinginan mahasiswa hingga dalam mengambil keputusan pembelian yang dilakukan secara spontan. Selebihnya sikap mahasiswa dalam melakukan pembelian di Harbolnas sudah sesuai dengan etika dalam konsumsi dalam Islam. Mahasiswa Fakultas KeIslaman memperhatikan kehalalan produk yang akan dibelinya. Dengan cara memeriksa apakah produk tersebut sudah mempunyai label halal atau tidak. Sikap ini tentu sudah sesuai dengan ajaran Islam dimana seorang muslim wajib mengonsumsi yang halal. Salah satu ayat al-Quran yang berbicara anjuran memakan makanan halal dan baik (*toyib*) adalah surah QS. al-Baqarah ayat 168.

Kata Kunci : Etika Konsumsi dalam Islam, Perilaku Konsumen dalam Islam, Harbolnas

ABSTRACT

BEHAVIOR ANALYSIS OF MUSLIM CONSUMERS IN THE MOMENT OF HARBOLNAS IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC CONSUMPTION ETHICS (Case Study of Students of the Islamic Faculty, Trunojoyo University, Madura)

Harbolnas (National Online Shopping Day) is a day of celebration to encourage and educate the public about the convenience of shopping online. Harbolnas in Indonesia began on December 12, 2012 or commonly referred to as 12.12. With the existence of Harbolnas with massive discounts, consumers, especially students, will usually be enthusiastic about shopping to the point of overdoing it. All activities, actions and psychological processes that drive these actions before buying are consumption. Islam does not separate economics and ethics, just as it does not separate science and morality, politics and ethics. There is no freedom without control in Islam. Therefore, there is no production, distribution and consumption activity that does not depend on the gusul of creed and noble ethics, as well as with Islamic laws. Students as Muslim consumers must avoid anything that is haram or forbidden, and should not be excessive, even though what is consumed is halal. There are the most important rules of consumption ethics in Islam such as natural rules, scientific rules, quantity rules, social rules and others.

This research is a qualitative research with a phenomenological approach. The strength of phenomenology lies in its ability to help researchers enter the perceptions of others to see what these people see. The primary data sources used were semi-structured interviews from students of the Islamic Faculty of UTM, while secondary data were obtained from documents such as books, web, articles.

The results of this research are the consumption ethics applied by students of the Islamic Faculty of UTM, some are still not in accordance with Islamic teachings, namely making purchases with the aim of taking advantage of existing promotions and making purchases to fulfill student desires to make spontaneous purchase decisions. the attitude of students in making purchases at Harbolnas is in accordance with ethics in consumption in Islam. Students of the Islamic Faculty pay attention to the halalness of the product they are going to buy. By checking whether the product already has a halal label or not. This attitude is certainly in accordance with Islamic teachings where a Muslim is obliged to consume halal food. One of the verses of the Qur'an that is recommended to recommend halal and good food (toyyib) is the Surah QS. al-Baqarah verse 168.

Keywords: *Consumption Ethics in Islam, Consumer Behavior in Islam, Harbolnas*