



Perilaku Konsumsi Mahasiswa UIN Antasari terhadap Promo Bulanan *Shopee* pada Masa Pandemi Covid-19: Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam

Jumiati

Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, Indonesia
(jumiati197274@gmail.com)

ABSTRAK:

The Covid-19 pandemic has greatly affected life today, starting from the health, education, tourism, politics, socio-culture, economy, and others. Unstable economic conditions also affect the level of public purchasing. In the field of e-commerce also experiencing changes, but people's purchasing power continues even though the Covid-19 pandemic is still not over. One of them is the Shopee online store which is widely touched by various levels of society ranging from children to the elderly. Various marketing strategies have been intensified starting from the of social media, television, print media, and others, so that buying interest is increasing and still maintaining its existence as one of the e-commerce in Indonesia. This study aims to analyze the consumption behavior of UIN Antasari students when the Shopee online store holds a promo every month in the midst of a pandemic and how the Islamic economy review responds to this. The subjects in this study were UIN Antasari students who were taken by each representative from each faculty with the criteria of having or often shopping at the Shopee online store when holding a promo every month, this study used a qualitative approach by using interview techniques to the relevant informants. The results of this study indicate that students of UIN Antasari Banjarmasin when the Shopee online store holds a massive promo every month, they tend to behave consumptive towards purchasing goods at the Shopee online store even in the midst of a pandemic like now because they are tempted by the existing promos. Whereas in Islamic economics, this consumption behavior can be categorized into wasteful behavior when the goods they buy are not necessities but are mere desires, there is no benefit in the goods when they are purchased.

KEYWORDS: *Consumtion, Shopee, Pandemic, Islamic Economy.*

PENDAHULUAN

Berkembangnya sistem perdagangan di Indonesia, membuat masyarakat semakin mudah dalam memenuhi kebutuhannya melalui kemudahan yang telah ditawarkan. Dalam ekonomi Islam, segala bentuk perdagangan atau jual beli diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Ketentuan ini haruslah dilandasi oleh Al-Qur'an dan Hadist terkait mekanismenya, akad, pengelolaan, serta transaksi berlangsung. Masyarakat cenderung untuk melakukan perdagangan ketika ada hal yang menarik ditawarkan baik itu dari segi transaksi, produk, pemasaran, dan lain-lain.

Salah satu aplikasi *e-commerce* yang menyediakan kebutuhan masyarakat adalah *Shopee* yang sering dipakai mulai dari kalangan remaja hingga dewasa. Persaingan bisnis yang cukup ketat menuntut para penjual *e-commerce* untuk bisa lebih cepat serta cermat terhadap barang-barang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, *shopee* Indonesia menyediakan berbagai ragam jenis yang ditawarkan yakni meliputi beberapa kategori mulai dari *fashion*, alat kosmetik, alat elektronik, perlengkapan rumah, makanan, minuman, hobi, dan lain-lain.

Pada masa pandemi seperti sekarang, tidak serta merta masyarakat tidak melakukan transaksi melalui *online*. Meski perekonomian sekarang tidak bisa dikatakan stabil, masyarakat tetap untuk berbelanja *online*, salah satunya pada *e-commerce shopee* yang turut menarik minat masyarakat terutama melalui promo bulanan yang ditawarkan. Masyarakat akan cenderung tergiur terhadap promo bulanan yang ada serta mendorong perilaku konsumsi yang berlebih. Ketika ingin membeli suatu barang penting untuk menentukan apakah barang tersebut memang barang yang dibutuhkan serta bermanfaat untuk kedepannya agar menghindari sikap pemborosan yang dilarang dalam ekonomi Islam. Pada pembahasan kali ini penulis akan memfokuskan penelitian mengenai perilaku konsumsi Mahasiswa UIN Antasari terhadap promo bulanan *shopee* pada masa pandemi covid-19 (ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam). Dari penelitian ini akan diketahui bagaimanakah perilaku konsumsi mereka ketika promo bulanan yang ditawarkan serta bagaimana tinjauan ekonomi Islam menyikapi hal ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun subjek pada penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Sedangkan objek penelitiannya adalah perilaku konsumsi Mahasiswa UIN Antasari terhadap promo bulanan *shopee* pada masa pandemi covid-19 (ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam). Teknik pengumpulan data menggunakan angket melalui google form.

HASIL DAN PEMBAHASAN

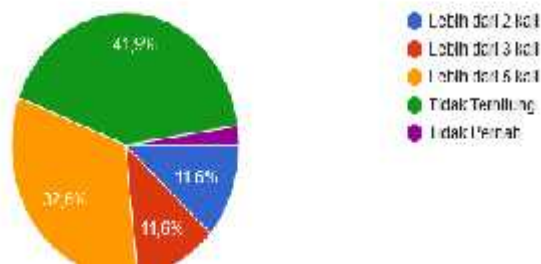
Perilaku Konsumsi Mahasiswa UIN Antasari terhadap Promo Bulanan *Shopee* pada Masa Pandemi Covid-19 (Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam)

Menurut Loudon dan Bitta dalam Simamora, perilaku konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan maupun mengatur adanya barang dan jasa. (A. Iratantika).

Perilaku konsumsi ini (minat masyarakat terhadap *e-commerce shopee*) terlihat pada grafik berikut

Seberapa sering anda menggunakan Aplikasi Shopee ketika pandemi COVID-19 sekarang?

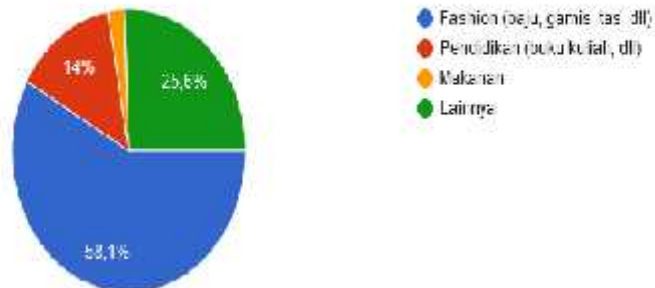
41 jawaban



Dari grafik ini, 41% Mahasiswa UIN Antasari sering menggunakan aplikasi *shopee* yakni dengan jumlah yang tidak terhitung saat pandemi covid-19 sekarang, dan 32,6% Mahasiswa UIN Antasari yang menggunakan *shopee* lebih dari 5 kali untuk membeli suatu barang. Ini berarti bahwa minat Mahasiswa UIN Antasari dalam penggunaan *shopee* cukup tinggi.

Biasanya anda akan membeli barang di Shopee pada kategori ?

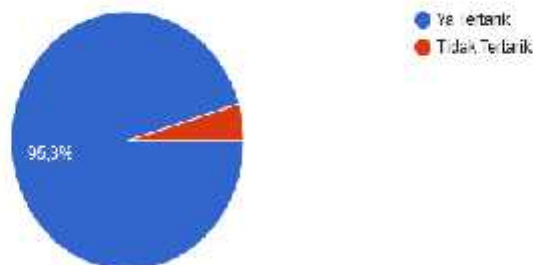
43 jawaban



Menurut Kotler dan Lane, ada beberapa indikoator dalam keputusan pembelian yakni pencarian informasi, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.(Nurul Magfira, 2019) setiap orang berbeda dalam memutuskan pembelian. Dari grafik ini Mahasiwa UIN Antasari cenderung dalam kategori fashion yakni 58,1% , sedangkan pada kategori lainnya 25,6% dan kategori pendidikan sebanyak 14%.

Apakah anda tertarik ketika melihat promo yang ditawarkan oleh Shopee setiap bulannya terlepas nantinya anda akan membeli atau tidak?

43 jawaban



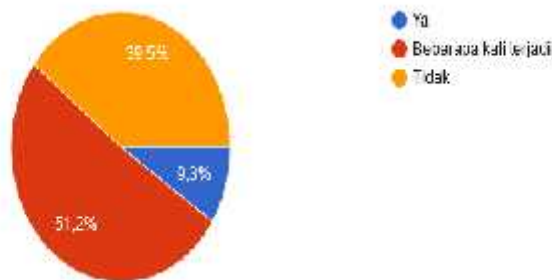
Promo yang ditawarkan oleh *shopee* merupakan bagian dari promosi penjualan dan salah satu pemasaran yang dilakukan.Promosi penjualan adalah keinginan menawarkan suatu barang dalam periode tertentu untuk

mendorong keinginan konsumen dalam pembelian.(Namira Shafinazh, 2020).

Dari grafik ini Mahasiswa UIN Antasari tertarik ketika promo yang ditawarkan oleh *shopee* pada setiap bulannya.Artinya, *shopee* berhasil menarik minat pada Mahasiswa UIN Antasari.

Menurut anda apakah anda tipe orang yang boros ketika berbelanja di Shopee utamanya ketika banyak promo barang / voucher gratis ongkir yang ditawarkan ?

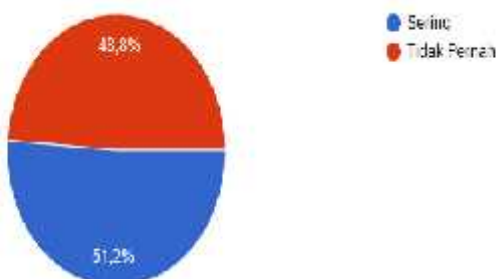
43 jawaban



Dari grafik ini disebutkan bahwa 51,2% Mahasiswa UIN Antasari adalah tipe orang yang beberapa kali berperilaku boros ketika banyak promo barang ataupun voucher yang ditawarkan. Artinya, mereka yang tertarik untuk membeli suatu barang ketika banyak promo yang ditawarkan oleh *shopee*.

Ketika anda berbelanja di Aplikasi Shopee, seberapa sering anda berbelanja barang yang bukan kebutuhan anda, tapi hanya keinginan anda ?

43 jawaban

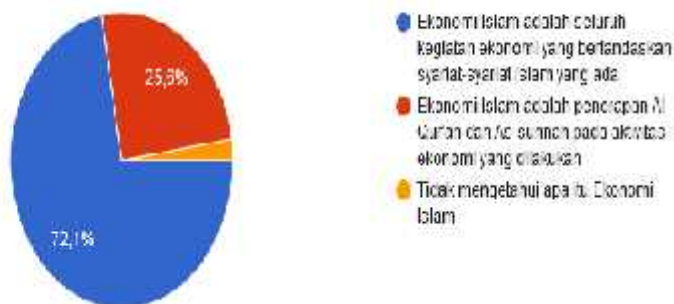


Pada zaman modern yang semakin canggih seperti sekarang semua

kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi tanpa harus mendatangi tempat yang ingin dibeli. Serta bukan hal yang tabu lagi ketika masyarakat membeli barang atau jasa bukan sekedar nilai kemanfaatannya atau karena di desak kebutuhan yang tidak bisa ditunda, melainkan karena dipengaruhi adanya gaya hidup. (Bagong Syanto, 2017). Namun, tidak semua lapisan masyarakat yang tidak berperilaku demikian yang akan mempertimbangkan aspek kemanfaatannya. Seperti halnya pada grafik ini, ada 51,2% Mahasiswa UIN Antasari yang sering berbelanja berdasarkan keinginan bukan kebutuhan yang menjadi landasan. Serta ada 48,8% Mahasiswa UIN Antasari yang yang sering berbelanja berdasarkan kebutuhan bukan keinginan semata.

Apa yang anda ketahui tentang Ekonomi Islam?

43 jawaban



Menurut M. Syaumi Al-Faujani (seorang tokoh ekonomi) memberikan pengertian ekonomi Islam adalah segala aktivitas perekonomian beserta aturan-aturannya yang didasarkan pada pokok-pokok ajaran Islam tentang ekonomi. (Ly, Fairuzah Aisyah, 2011). Seperti halnya pada grafik ini, ada 72,1% Mahasiswa UIN Antasari yang memberikan pengertian bahwa ekonomi Islam adalah seluruh kegiatan ekonomi yang berkandaskan syariat-syariat Islam. Sedangkan ada 25,6% yang memberikan pengertian ekonomi Islam adalah penerapan Al-Qur'an dan As-Sunnah pada aktivitas ekonomi yang dilakukan. Dari dua pengertian tersebut sama-sama benar namun hanya konteks kata pilihan 72,1% Mahasiswa lebih mendekati pengertian ekonomi Islam menurut M. Syaumi Al-Faujani.

Menurut Ibnu Kasir, dalam Tafsir Al-Qur'an Al-Azhim, perbuatan

berlebihan adalah cenderung pada perbuatan syetan yang wajib kita hindari.(Rofiqoh, 2021). Perilaku pemborosan haruslah kita tinggalkan sana seperti halnya ketika kita melihat banyak promo yang tersedia pada *e-commerce shopee* maka haruslah bijak dalam pembelian. Barang yang dibeli memang barang yang dibutuhkan bukan yang diinginkan karena hal tersebut adalah perilaku berlebihan dan dilarang oleh Allah SWT. Artinya dalam pandangan Islam terkait banyaknya promo yang ditawarkan, tergantung dalam menyikapinya, keputusan pembelian berdasarkan asas kemanfaatan bukan hanya sekedar keinginan semata.

KESIMPULAN

Mahasiswa UIN Antasari sering hingga tak terhitung dalam penggunaan *e-commerce shopee* pada pembelian suatu barang, adapun kategori barang yang sering dibeli adalah kategori fashion. Ketika banyak promo yang ditawarkan maka mereka cenderung tertarik dalam melakukan pembelian karena gengarnya pemasar yang dilakukan melalui promo bulanan yang ada. Perilaku boros juga tidak luput dari hal ini karena lebih mengedepankan keinginan bukan kebutuhan. Dari hasil yang ada lebih banyak mahasiswa yang berperilaku mengutamakan keinginan bukan aspek kemanfaatannya meskipun dengan selisih yang tipis. Dalam konsep Islam, perilaku pemborosan tidak dibenarkan dalam Islam meskipun barang-barang ditawarkan murah dan variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Syanto, Bagong. (2017). Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana, 107.
- Rofiqoh.(2021). Makna Tabdhir dalam Al-Qur'an, 15.
- Irantantika, A. Perilaku Konsumsi Online Shop di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNM, 5.
- Magfira, Nurul. (2019). Pengaruh Kualitas Barang terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *Shopee*(Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar), 21.
- Shafinazh, Namira. (2020). Pengaruh Promo *Shopee* "Tanggal-

Tanggal Istimewa” Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 28.

Fairuzah Aisyah, Ly. (2011). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Pada CV. Azka Syahrani Collection), 13.