

Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Ibu-ibu Pegawai Honorer di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Tanggamus Perspektif Ekonomi Islam

Dian Eka Wati¹⁾, Madnasir²⁾, Syamsul Hilal³⁾

¹Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

^{2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

*Email korespondensi: dianekawati167@gmail.com

Abstract

Muslim consumer behavior is a human activity related to the activity of buying and using goods and services, taking into account the principles of Islamic teachings, and is useful for the benefit of the people. Consumption in Islamic economics is to fulfill both physical and spiritual needs so that they are able to maximize their human function as a servant of Allah SWT to obtain prosperity or happiness in the world and the hereafter (falah). From the initial data obtained by the researchers, the consumption of temporary employees in Tanggamus is not in accordance with the consumption law in Islam, namely about simplicity. Islam, but in terms of buying goods at online shops, these mothers often do not pay attention to consumption rules that are in accordance with Islamic teachings. The purpose of this study was the first to find out how the consumption behavior of online shopping among honorary employees at the Tanggamus district government office was in the era of the covid-19 pandemic. And the second is to find out how the online shopping consumption behavior of temporary employees at the Tanggamus district government office is in the perspective of Islamic economics. The type of research used by the researcher is field research using a qualitative approach. Data collection techniques that researchers use are interviews and observation. The results of the study concluded that based on the results of this study, temporary employees at the Tanggamus district government office in the digital era and moreover in the era of the covid-19 pandemic chose to use online shopping to fulfill their personal life needs. The applications used are the majority choose the shopee, lazada and open lapak applications to make online shopping transactions, because online transactions are more convenient, complete information, low prices, lots of discounts, can COD and good consumer confidence. Most of the shopping activities carried out by the women of honorary employees reach 1-7 transactions, and spend an average of 1 to 4 million per month on a budget. Therefore, this consumption activity includes consumptive behavior because the purpose of consumption is solely to follow trends, increase social status, build self-confidence, and the papacy. And Broadly speaking, the consumption behavior carried out by temporary employees at the Tanggamus district government office is not in accordance with Islamic consumption laws, such as ethics, motivation, and the purpose of consumption. In the results of this study, the women of honorary employees at the Tanggamus district government office were impressed by redundant consumption behavior and did not contain an element of simplicity, because they spent their money without thinking and only concerned with wants, not needs. The needs that are meant in this study are the needs of tahsiniyah (complementary). This need is a need that involves splendor and luxury or seems excessive. In addition, there are findings that online shopping behavior by temporary employees at the Tanggamus district government office forms consumptive behavior, of course this kind of behavior is not allowed in Islamic law.

Keywords: Covid-19, online shopping, Islamic economic perspective

Saran sitasi: Wati, D. E., Madnasir., & Hilal, S. (2022). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Ibu-ibu Pegawai Honorer di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Tanggamus Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2819-2835. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6771>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6771>

1. PENDAHULUAN

Wabah Corona Virus Disease atau covid-19 sudah tersebar ke berbagai macam penjuru dunia dan

pada 12 Maret 2020 *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan wabah covid-19 sebagai pandemi global (Gita Laras Widyaningrum, 2020). Di

Indonesia, kasus positif covid-19 pertama kali diumumkan oleh Presiden Indonesia, Ir.H. Joko Widodo pada Senin, 2 Maret 2020. Virus ini dinyatakan sebagai pandemi, karena menyebabkan kematian serta penularan dari orang ke orang terus berlanjut dan tidak dapat terkendali (Keputusan Presiden Nomor 12 tahun 2020, 2020)

Covid-19 kini menjadi pandemi Nasional bahkan pandemi global, hal ini terlihat dengan tersebarnya covid-19 tersebut sangat cepat hingga menjadi pembicaraan pokok disetiap wilayah, tidak hanya dari sudut pandang kesehatan tetapi juga berdasarkan sudut pandang ekonomi (Beni Dwi Komara, 2020). Berdasarkan laporan Menteri Kesehatan pada tanggal 16 Desember 2021 tercatat adanya virus covid-19 baru yang masuk ke Indonesia dengan varian omicron sehingga hal tersebut menambah total kasus penyebaran covid-19 di Indonesia secara kumulatif per tanggal 21 Desember 2021 adalah sebanyak 4.112.040 kasus dengan penambahan kasus sebanyak 216 kasus baru (Totalan Sebaran Virus Corona Di Indonesia, 2022).

Berbagai macam strategi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam usaha menekan penyebaran virus covid-19 di Indonesia sendiri, seperti melakukan kebijakan tentang melaksanakan protokol kesehatan yaitu menjaga jarak, memakai masker dan bahkan pembatasan kegiatan sosial dimasyarakat. (Yuliana, 2020) pembatasan kegiatan sosial di masyarakat tersebut menjadikan masyarakat terbatas dalam melakukan kegiatan dilur rumah, karena seluruh aktivitas kegiatan bahkan pekerjaan dilakukan di rumah atau dikenal dengan istilah (*Work From Home*), dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi internet.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat manusia semakin mudah untuk berkomunikasi. Marshall Mc Luhan mengatakan, “kita seakan berada di suatu komunitas yang berbeda di dunia dan terhubung satu sama lainnya sehingga membentuk perkampungan global”. Perkembangan informasi dan telekomunikasi di dunia, khususnya di Indonesia semakin berkembang, terbukti dengan tingkat antusiasme masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan fasilitas informasi dan transportasi modern seperti internet. Dari data statistik yang ada penggunaan fasilitas internet sudah merambah ke pelosok-pelosok Indonesia, begitu pula pengguna handphone Indonesia adalah terbanyak di kawasan Asia Tenggara dengan tingkat presentase any

mencapai 90% dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia (Khairunnisa, 2014).

Menurut Stephen Harnad (1991), internet merupakan revolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuan umat manusia. Internet telah membentuk ruang dan waktu baru, yang bersifat nirjarak, nirwaktu, memiliki kemampuan penyiaran ke seluruh dunia, memiliki mekanisme desiminasi informasi, dan sebagai media untuk berkolaborasi dan berinteraksi antara individu dengan komputernya tanpa dibatasi oleh kondisi geografis. Dengan perkembangan teknologi berbasis digital dan ditambah dengan kondisi Indonesia yang mengalami pandemi covid 19, berpengaruh pada tingkat konsumsi masyarakat atau konsumen, yang saat ini dalam kegiatan konsumsinya beralih pada transaksi melalui media *online* atau dikenal dengan istilah *e-commerce*.

Di Indonesia, *E-commerce* menjadi trend dan berkembang pesat, misalnya dalam hal penjualan produk-produk barang ataupun jasa yang ditawarkan tidak harus memiliki tempat atau wujud nyata, dimana antar pelaku bisa berkunjung dan memilih barang-barang yang diinginkan di sana. Alasan kemudahan pembayaran jadi aspek daya tarik situs jual-beli (Yuswohady, 2012). Sedangkan pada konteks ekonomi digital, bertambahnya jumlah pemakai internet membuat *e-commerce* di Indonesia bertumbuh cepat. Berikut ini transaksi *e-commerce* Indonesia, dari hasil survei databoks.katadata. (Carina Megarani, 2018) dapat diketahui bahwa transaksi *e-commerce* Indonesia sampai Rp 25,1 triliun di 2018. Dalam tahun 2019 42,5 triliun, di tahun 2020 Rp 69,8 triliun di tahun 2021 108,4 triliun tahun 2022 dan kurs rupiah Rp 13.200 per dolar Amerika. Serta di 2022, nilai perdagangan digital Indonesia dapat terus meningkat menjadi Rp 144,1 triliun.

Ketertarikan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi online saat ini juga dimanfaatkan untuk melakukan belanja secara *online* melalui toko *online* (*Online Shop*). Penggunaan media *online shop* sebagai aplikasi dalam melakukan belanja tidak hanya didasarkan rasa ketertarikan saja. Namun, untuk memenuhi baik kebutuhan, keinginan maupun gaya hidup. Penggunaan aplikasi *online shop*, pada dasarnya banyak dilakukan masyarakat terutama karena adanya efisiensi dan efektivitas dalam memberikan pelayanan. Hal ini, dibuktikan dengan kemunculan *e-commerce* dan Marketplace di Indonesia yang turut menciptakan fenomena baru

dalam proses jual beli barang. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Google serta firma riset pasar gfk (*gesellschaft fur konsumforschung*) mendapatkan, jika pergantian trend pembayaran jual beli dengan online. Riset itu dilaksanakan awal tahun ini kepada 810 individu di enam kota serta satu kawasan. Yaitu Medan, Jakarta, Bandung, Semarang, Makassar, Lampung, serta Bodetabek (Bogor, Depok, Tangerang, serta Bekasi). (<https://Beritagar.Id/Artikel/>, 2022)

Dapat diketahui bahwa Lampung dari sisi persentase populasi menduduki peringkat 68 persen diantaranya kegiatan jual beli daring. Pelanggan rata-rata menghabiskan waktu 3,8 jam guna jual beli online dalam sehari. Kota Lampung jadi urutan kedua sesudah Surabaya. Konsultan analisa data serta digital, ilmu one data, merilis studi mengenai posisi serta perkembangan *e-commerce* serta *marketplace* barang konsumsi di Indonesia semasa 2021 hingga 2022, pada studi itu menyatakan jika terdaftar 10 *e-commerce* serta *marketplace* paling baik di Indonesia yang tersusun oleh *e-commerce* serta *marketplace* yakni Lazada, Blibli, Tokopedia, Elevania, MatahariMall, Shopee, Bukalapak, Zalora, Qoo10, dan Blanja.

Ilmu one data menjabarkan marketplace menjadi fasilitator belanja online yang tak mempunyai inventarisasi barang sendiri. Berbagai temuan kunci dari studi tersebut memperlihatkan Lazada memimpin semua *e-commerce* dengan 21,2 juta pengunjung unik, sedangkan Tokopedia memimpin *marketplace* dengan angka 14,4 juta. Semasa triwulan satu serta dua, 5 *e-commerce* dan pengunjung unik paling banyak mengalami rerata perkembangan 97%. Matahari Mall mempunyai perkembangan paling tinggi yakni sejumlah 201%. (<http://Tekno.Liputan6.Com/Read/>, 2022).

Konsumsi merupakan bagian akhir dari sebuah proses ekonomi, terutama dalam mengelola harta dan kekayaan. Oleh karena itu, konsumsi berperan sebagai bagian yang penting bagi kehidupan ekonomi individu maupun masyarakat (Afzalur Rahman, 1995). Tujuan konsumsi sendiri tidak hanya untuk mengenyangkan atau menjadi pemuas keinginan tapi konsumsi juga dijadikan sebagai simbol masyarakat tertentu untuk menunjukkan status kekayaan dan kekuasaan (Iskandar Putong, 2004).

Sebagai seorang muslim tujuan konsumsi adalah sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah, dengan niat untuk meningkatkan ketaatan dan mendapatkan

kekuatan untuk lebih dekat dengan-Nya. Maka dari itu konsumsi yang baik dan tepat yaitu ketika mencapai *masalahah* yang mencangkup agama (*diin*), jiwa (*nafsh*), pendidikan (*aql*), keturunan (*nashl*), harta (*maal*) (Dr.Busyro, 2019). Islam mempunyai prinsip-prinsip tersendiri dalam berkonsumsi, karena pertimbangan yang diambil dalam berkonsumsi tidak hanya berdasarkan kepuasan semata namun juga faktor halal dan haram yang mempengaruhi pilihan dari barang yang digunakan. Jadi, sejauh ini batasan-batasan berkosumsi dalam Islam terpaku dalam pemilihan barang dan jumlah penggunaan barang yang menjauhkan manusia dari perilaku konsumsi yang *tabdzir* (Muhammad, 2004).

Namun, hal ini bertolak belakang dengan konsep konsumsi rasional yang lebih mengutamakan kepuasan dengan membandingkan antara *utilitas* marginal yang mencakup harga, produk, dan kualitas sehingga dapat menghabiskan pendapatan yang ada saat membelanjakannya. Perilaku konsumsi seseorang dapat dipengaruhi dari segi individual, ekonomi, sosial dan kebudayaan. Suatu kondisi lingkungan dan keadaan sosial masyarakat yang berubah, maka dapat memberikan pengaruh yang besar dalam perubahan sikap dan perilaku konsumsi seseorang (Tyas Palupi, Dkk, 2017). Begitu pula dengan perilaku konsumsi pada masa pandemi ini.

Menurut Guru Besar Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Udaya, (Prof.I Made Supartha Utama, 2020) Sebelum pandemi terjadi, kelas ekonomi masyarakat dapat menentukan keputusan untuk berbelanja dan pemenuhan gaya hidup. Keputusan berbelanja bagi konsumen modern dominan ditentukan mutu dan layanan yang disediakan secara tatap muka (Mustafa Edwin Nasution, Dkk, 2010). Sedangkan, pada saat pandemi ini secara tidak langsung mengubah gaya konsumsi masyarakat yaitu beralih dari barang yang sifatnya kebutuhan ke barang yang sifatnya keinginan, dari barang esensial (kebutuhan sehari-hari) ke barang non-esensial (Mustafa Edwin Nasution, Dkk, 2010). Sikap yang harus diutamakan ketika sedang menghadapi fenomena seperti sekarang ini yaitu mengedepankan rasionalitas dan ketenangan, sehingga tidak mudah terjebak dalam perilaku yang konsumtif.

Perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan prestise, menjaga gengsi, mengikuti *mode* dan berbagai alasan yang

kurang penting. Menurut Soegito dalam (Ayentia Brilliantita, Flora Grace Putrianti, 2019) bahwa perilaku konsumtif masyarakat Indonesia tergolong berlebihan jika dibandingkan dengan bangsa-bangsa di Asia Tenggara. Keadaan ini dilihat dari rendahnya tingkat tabungan masyarakat Indonesia dibandingkan dengan Negara lain seperti Malaysia, Philipina dan Singapura. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih senang menggunakan uang untuk memenuhi kebutuhan yang tidak penting.

Motivasi yang kuat untuk tetap memegang prinsip konsumsi yang Islami sangat penting, dan menghindarkan seseorang dari perilaku konsumtif tersebut yang berlebihan dikarenakan sesuatu. Sebagai seorang muslim seharusnya tetap memiliki motivasi dalam menjaga *kemaslahatan* adalah yang paling utama dan tidak terlalu cemas, pada masa pandemi ini sehingga membuat mereka tidak berbelanja secara berlebihan sebagai upaya menghindari perilaku konsumsi *tabzir* (Pingit Aria, 2022).

Pada dasarnya, perilaku konsumsi seringkali dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, faktor individu, faktor ekonomi, faktor sosial, dan faktor budaya (T. Gilarso, 1993). Setiap faktor tersebut memiliki dampak masing-masing terhadap perilaku konsumsi seseorang. Melihat kondisi pandemi yang terjadi sekarang ini, yang dampaknya sangat besar hampir di segala aspek kehidupan yaitu faktor ekonomi yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Dalam penelitian ini, faktor ekonomi yang dimaksud adalah keterbatasan konsumsi dikarenakan keterbatasan keuangan.

Oleh karena itu, bagi seorang muslim keterbatasan keuangan dapat menjadi suatu masalah jika tidak ada pengaturan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan seorang muslim sudah diatur dalam Islam, yaitu kebutuhan dasar yang mencakup kebutuhan *dharuriyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyat*. Yang artinya kebutuhan yang paling utama yang harus dilengkapi adalah kebutuhan *dharuriyat* (Jaribah bin Ahmad Al Haritsi, 2019). Dan sebagai muslim yang mengerti akan keterbatasan keuangannya, maka dia akan memiliki prioritas utama kebutuhan untuk *kemaslahatan* dirinya maupun keluarganya.

Di era modern sekarang ini, media sosial sudah menjadi budaya masyarakat sebagai alat transaksi, dan didukung oleh keadaan dunia yang sedang mengalami wabah pandemi, tentu hal ini menjadi pemicu munculnya gaya baru dalam berkonsumsi. Berbagai

kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial, tentu dapat berdampak baik dan buruk seperti mengurangi keterlibatan dalam kerumunan pada kegiatan berbelanja. Disisi lain, dampak buruknya yaitu dapat membuat pengeluaran menjadi tidak terkontrol karena terbius oleh kemudahan dan kenyamanan berbelanja via *online*.

Namun pendapat tersebut dapat berbeda-beda tergantung sudut pandang seseorang. Penggunaan media sosial dalam memenuhi kebutuhan memang memiliki dampak terhadap kemaslahatan seseorang di masa pandemi ini. Lebih utamanya untuk menjaga jiwa (*hifdz nafsh*) agar tetap sehat meski namun dapat juga berpengaruh dalam menjaga harta (*hifdz maal*) dalam pengaturan keuangan agar sesuai dengan kebutuhan.

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas tentang dampak covid-19 terhadap perilaku belanja online Ibu-ibu pegawai honorer di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus perspektif Islam. Fokus pembahasan dalam penelitian ini akan menggunakan teori konsumsi Islam untuk melihat perilaku konsumsi ibu-ibu tersebut dilihat dari motivasi, cara memenuhi kebutuhan dengan keterbatasan keuangan dan penggunaan media sosial dalam mewujudkan kebutuhan maupun gaya hidup yang kini telah bergeser kearah sosialita..

Sosialita merupakan salah satu fenomena sosial dalam masyarakat yang tidak hanya dialami oleh kalangan kelas atas tapi juga kalangan kelas menengah kebawah. Menurut Merriam Webster, kata sosialita mulai digunakan sejak tahun 1928 dan orang-orang yang termasuk dalam kategori ini adalah orang yang super kaya dan memiliki kekayaan yang tidak perlu untuk diragukan dan menggunakan kekayaan yang dimiliki untuk melakukan kegiatan sosial yang bertujuan untuk kepentingan masyarakat (Debby Ingan Malem Tarigan, n.d.).

(Elfin, H. Sulsalman Moita, dan Bakri Yusuf, 2019) seiring berjalannya waktu, sosialita telah mengalami pergeseran makna yang dikaitkan dengan sekelompok orang dengan gaya hidup mewah, glamour, suka berfoya-foyan menghamburkan uang demi kesenangan semata. Hal ini dianggap tujuan dari sosialita hanya untuk menunjukkan gaya hidupnya untuk mendapatkan status sosial dan pengakuan diri atas apa yang dimiliki seperti kekayaan dan kemewahan di dalam masyarakat.

Saat ini, gaya hidup sosialita tidak hanya terjadi pada kalangan remaja saja tapi juga di alami oleh

kalangan dewasa masa kini. Banyak di antara mereka yang terpengaruh terhadap gaya hidup mewah, *glamour* dan *hedonis*. Hal ini dapat dilihat dari segi *hobby* atau kebiasaan yang dilakukan, dari segi penampilan, seperti pakaian, *make-up*, tas, sepatu atau sandal, maupun aksesorisnya yang menggunakan barang-barang trend masa kini dan modern. Selain itu juga dapat dilihat dari tempat-tempat tongkrongan *hitz* bagi kalangan anak muda yang sering dikunjungi. Gaya hidup seperti inilah yang menjadi pembeda setiap kelompok dalam masyarakat. Ditambah dengan maraknya sosial media pada masa kini, seakan menjadi hal yang lumrah ketika kaum sosialita kini berpenampilan ala-ala sosialita. Berbagai cara akan dilakukan semata hanya untuk memperlihatkan bahwa mereka berada di tingkatan tertinggi dalam masyarakat.

Menurut David Chaney di dalam buku *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*, menjelaskan gaya hidup sebagai gaya, tata cara, atau cara menggunakan barang, tempat dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meskipun bukan merupakan totalitas pengalaman social (Ayentia Brilliantita, Flora Grace Putrianti, 2019). Gaya hidup yang dimaksudkan disini yaitu tindakan atau pola yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, dengan bentuk khusus pengelompokan status modern, membantu dalam mendefinisikan sikap, nilai-nilai dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial dari masyarakat dalam golongan masyarakat modern. Chaney berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri masyarakat modern, dalam artian bahwa siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan gaya hidup untuk menggambarkan tindakan diri sendiri maupun orang lain (Elfin, H. Sulsalman Moita, dan Bakri Yusuf, 2019).

Gaya hidup sosialita telah melahirkan perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Menurut Jean Baudrillard didalam bukunya yang berjudul *The Consumer Societ: Myths and Structures* yang menceritakan tentang masyarakat konsumsi yang mana gejala konsumerisme telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern. Objek konsumsi tidak hanya berbentuk barang, namun

bisa lebih dari pada itu. Baudrillard mengatakan bahwa kemampuan konsumsi setiap individu adalah berbeda. Rasionalitas konsumsi dalam setiap masyarakat telah jauh berubah, karena masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) melainkan sebagai pemenuhan hasrat (*desire*). (Yayah Rukiah, 2016) kebutuhan dapat dipenuhi dengan mengkonsumsi objek, sebaliknya hasrat tidak akan pernah bisa terpenuhi .

Kabupaten Tanggamus adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Lampung, dan ibu kota Kabupaten Tanggamus terletak di Kotaagung. Tanggamus berdiri pada tanggal 21 Maret 1997, yang memiliki 20 kecamatan, 299 desa dan 3 kelurahan dengan jumlah populasi penduduk sebanyak 640.275 jiwa, dengan mayoritas 99% muslim. Yang mana 66,2% dari total masyarakatnya adalah penggunaan media sosial, dengan persentasi 49,52% usia 19-45 tahun dan 16,68% pengguna berusia 46-55 tahun ke atas. Disini terlihat 58 % pengguna media sosial tersebut adalah berjenis kelamin perempuan khususnya ibu-ibu sosialita. Penggunaan media sosial tersebut dimanfaatkan untuk melakukan belanja *online* di *online shopee*. Hal ini di dukung oleh pernyataan bahwa kurang lebih 20 % bertransaksi sebanyak 9 kali per bulan atau sebanyak dua kali dalam sepekan. Adapun aplikasi yang digunakan yaitu shopee, lazada, bukalapak dan facebook.

Kehidupan masyarakat di Kabupaten Tanggamus mengalami banyak perubahan manakala banyaknya masyarakat yang telah memahami penggunaan teknologi. Fenomena belanja online di Kabupaten Tanggamus pada dasarnya memang sudah ada bahkan sebelum adanya pandemi covid 19. Namun, dengan semakin berkembangnya penggunaan teknologi yang ada saat ini , dan ditambah lagi dengan keadaan wabah pandemi covid-19 sehingga berdampak pada meningkatnya kegiatan konsumsi masyarakat, hal ini khususnya di kalangan ibu-ibu pegawai honorer pemda yang bergaya hidup sosialita dan telah memahami bagaimana cara penggunaan aplikasi belanja online dalam proses pembelian atau penjualan suatu barang. Walaupun banyak nya keluhan yang dirasakan oleh para ibu-ibu tersebut, karena keadaan ekonomi yang tidak stabil dan masih berlatar belakag menengah ke bawah.

Adapun alasan peneliti memilih tempat penelitian di Kabupaten Tanggamus yaitu karena masyarakat Kabupaten Tanggamus merupakan

mayoritas 99% adalah pemeluk agama Islam, yang mana dalam kegiatan sehari-hari tentu mereka memahami segala sesuatu aktivitas yang tidak melanggar ketentuan atau syariat Islam, termasuk dalam hal melakukan proses jual-beli. Namun, perilaku konsumsi yang dilakukan oleh para ibu-ibu tersebut tergolong perilaku konsumtif, hal ini karena tujuan konsumsi bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan prestise, menjaga gengsi dan mengikuti *mode* dan gaya hidup. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat implusif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Seperti observasi awal yang peneliti lakukan terhadap sekelompok ibu-ibu pegawai honorer di Kantor Pemerintah Tanggamus, yang mana dalam kesehariannya tidak semua berada dalam tingkat perekonomian yang sama. Ada di antara mereka yang berada ditingkat perekonomian menengah ke bawah berusaha masuk ke lingkungan pertemanan yang berada di tingkat menengah ke atas. Meskipun tidak semua, tapi kenyataannya mayoritas dari mereka ada yang memaksakan keadaan dan berusaha mengikuti gaya hidup yang *highclass* dengan cara apapun, di tambah lagi dengan maraknya belanja via online dan termasuk memudahkan langkah mereka.

Adapun produk yang dibeli oleh kelompok ini yaitu seperti membeli barang yang sedang trend saat ini meskipun hanya tiruan, ikut berkumpul atau nongkrong di tempat yang dianggap keren dan sedang *hits* agar mereka terlihat sama seperti yang lainnya, aktif di sosial media. Untuk dapat melakukan itu semua mereka sanggup melakukan berbagai cara agar bisa mendapatkannya, baik dengan meminta uang atau barang kepada suami dengan berbagai alasan tertentu, menyisihkan uang jajan dari hasil bekerja bahkan berhutang. Pola hidup yang keras dan pergaulan yang sangat luas diperkotaan telah menjadikan tolak ukur yang tajam untuk setiap orang agar mereka dapat diterima di masyarakat.

Oleh karena itu, dapat terlihat bahwa perilaku konsumsi yang dilakukan oleh ibu-pegawai honorer di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus adalah perilaku konsumtif dalam hal berbelanja *online shop* dengan harga yang terkadang melampaui kemampuan ekonominya, mengingat status pekerjaannya hanya sebagai tenaga honorer yang rata-rata gaji 1.200.000 namun gaya hidup sosialita. Adapun produk yang sering kali dibeli yaitu membeli

produk hanya ingin menjaga status sosial, penampilan dan gengsinya.

Memakai produk fashion hanya karena adanya kompromitas gaya fashion sekarang, mengikuti gaya hidup baru, adanya penilaian bahwa dengan memakai atau membeli produk fashion yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri dan membeli produk hanya dengan mempertimbangkan harganya bukan manfaat dan kegunaannya dan pada tatanan masyarakat kita ada suatu tradisi yang ingin menunjukkan suatu kebanggaan dengan cara membeli barang-barang seperti baju, tas, sepatu, jilbab, handphone, skincare dan lain sebagainya yang baru untuk ditunjukkan pada masyarakat sebagai tanda bahwa yang bersangkutan mampu membelinya.

Pada dasarnya, perilaku konsumtif tidak menjadi masalah, selama kebiasaan tersebut di tunjang oleh keadaan financial yang memadai (Irfan Madjuk, dkk, 2013). Akan menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada wanita karir ini dilakukan secara berlebihan. Pepatah “lebih besar pasak daripada tiang” berlaku disini. Terkadang apa yang di tuntut oleh wanita karir diluar kemampuannya sebagai sumber dana. Hal ini menyebabkan banyak pegawai negeri sipil yang mengeluh saat mereka mulai memasuki dunia modern. Penelitian ini akan mengambil beberapa sampel dari ibu-ibu pegawai honorer di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus yang bergaya sosialita untuk menjadi informan serta diminta bersedia diwawancarai tentang perilaku konsumsi sebagai seorang muslim saat di bawah tekanan pandemi yang membatasi pekerjaan dan ruang gerak masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mereka dikaitkan dengan konsumsi Islam.

2. KAJIAN TEORI

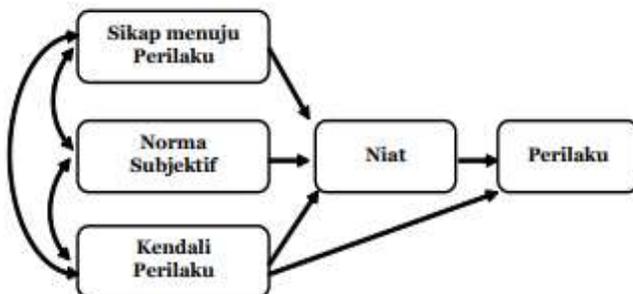
2.1. *Theory of Planned Behavior*

Kerangka teori ini merupakan salah satu jenis kerangka yang di dalamnya menegaskan tentang teori yang dijadikan sebagai landasan serta digunakan untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori “*Theory of Planned Behavior*” yang di kembangkan oleh Ajzen pada tahun 1988. *Theory of Planned Behavior* berangkat dari kajian psikologi sosial, dan dilahirkan oleh profesor di bidang psikologi sosial, tetapi aplikasi teori ini telah merambah ke berbagai bidang kajian dan Ajzen mengembangkan *Theory of Reasoned Action* tersebut dengan menambahkan

kepercayaan individu dan persepsi individu mengenai kontrol perilaku, yaitu kepercayaan bahwa individu dapat melakukan suatu perilaku didasari oleh kemampuan untuk melakukannya.

Teori ini dinamai dengan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behaviour*). Inti dari teori perilaku terencana mencakup 3 hal yaitu, keyakinan akan kemungkinan hasil serta evaluasi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*), keyakinan akan norma yang diharapkan serta motivasi untuk memenuhi harapan yang diinginkan (*normative beliefs*), dan keyakinan tentang suatu faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*) (Angelus Ewid, 2019).

(Ajzen, 2020) *Teori Planned Behavior* pada dasarnya memberikan sebuah kaitan antara sikap dan perilaku. Menurut Ajzen, perilaku konsumen dipandu oleh tiga pertimbangan yaitu, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan pengendalian perilaku. Perilaku dan norma subjektif merupakan faktor mendasar yang memengaruhi niat, sedangkan niat itu sendiri menjadi peran sentral bagi pembentukan perilaku. Dengan kata lain, pengendalian perilaku yang dirasakan sesungguhnya bergerak menuju perilaku yang sesungguhnya dengan memengaruhi niat.



Sumber: Ajzen, 1991

Sikap terhadap perilaku berkenaan dengan kinerja evaluasi individu, positif atau negatif. Kinerja ini dipertimbangkan sebagai faktor personal atau emosional yang dapat berpengaruh secara positif atau negatif. Sikap ini merupakan keyakinan seseorang mengenai hasil akhir dari perilaku tertentu.

Norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial secara normatif atau keyakinan lain yang dapat memengaruhi perilaku seseorang apakah orang tersebut menunjukkan perilaku atau tidak. Pengaruh subjektif pada dasarnya merupakan faktor pengaruh sosial. Norma ini berkenaan dengan perilaku tertentu dari individu yang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor penting lainnya seperti teman, anggota keluarga, atau rekan kerja kita, dan sebagainya.

Pengendalian perilaku yang dirasakan berkenaan dengan kemudahan atau kesulitan yang dirasakan oleh individu dalam berperilaku tertentu. Cara seseorang melakukan perilaku tertentu dengan beberapa kesulitan atau kemudahan. Pengendalian ini berkenaan dengan keyakinan seseorang tentang adanya keadaan yang dapat membantu atau mencegah kinerja perilaku. Niat perilaku adalah ukuran untuk perilaku. Niat merupakan motivasi seseorang dalam arti rencana sadarnya atau keputusannya untuk melakukan perilaku tertentu.

Dalam teori perilaku terencana, seseorang dapat bertindak berdasarkan intensi atau niatnya hanya jika ia memiliki kontrol terhadap perilakunya. Teori ini tidak hanya menekankan pada rasionalitas dari tingkah laku manusia, tetapi juga pada keyakinan bahwa target tingkah laku berada di bawah kontrol kesadaran individu tersebut atau suatu tingkah laku tidak hanya bergantung pada intensi seseorang, melainkan juga pada faktor lain yang tidak ada dibawah kontrol dari individu, misalnya ketersediaan sumber dan kesempatan untuk menampilkan tingkah laku tersebut.

2.2. Konsep Umum Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan (James F, Engel, 1994). Menurut Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw dalam bukunya "perilaku konsumen" mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuatan keputusan baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw, 2004).

Menurut (Kotler, Philip and Keller, 2009) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Sedangkan menurut (Kanuk, 2010) perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Dari definisi tentang perilaku konsumen tersebut dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu: pertama sebagai kegiatan fisik

dan kedua sebagai proses pengambilan keputusan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

2.3. Konsep Konsumsi Dalam Islam

Dalam bidang konsumsi Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas, norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia, dimana dalam memenuhi kebutuhan tersebut Islam menyarankan agar manusia bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak larangan bagi konsumen diantaranya *ishraf*/berlebih-lebihan (Yusuf Qardhawi, 2001). Dalam Islam, konsumsi merupakan penggunaan terhadap komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan, maka suatu barang dapat memotivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas konsumsi yang juga harus sesuai dengan prinsip konsumsi itu sendiri (Jihan Eka Mufidah, Asep Ramdan Hidayat, dan Yayat Rahmad Hidayat, 2019). Dalam kaitan ini, imam Al-Ghazali tampaknya telah membedakan dengan jelas antara keinginan (*raghbah* dan *syahwat*) dan kebutuhan (*hajat*). Menurut Imam Al-Ghazali kebutuhan (*hajat*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya (Mustafa Edwin Nasution dkk, 2006).

Untuk menjaga kontinuitas kehidupan, maka manusia harus memelihara keturunannya (*al-nasl/posterity*). Meskipun seorang muslim meyakini bahwa horizon waktu kehidupan tidak hanya menyangkut kehidupan dunia melainkan hingga akhirat, tetapi kelangsungan kehidupan dunia amatlah penting. Kita harus berorientasi jangka panjang dalam merencanakan kehidupan dunia, tentu saja dengan tetap berfokus kepada kehidupan akhirat. Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut pada setiap individu, itulah yang disebut dengan *masalahah*.

Teori Konsumsi menurut pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang memberikan masalah/kebaikan dunia dan akhirat bagi konsumen itu sendiri. Secara umum pemenuhan kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual, ataupun material, sedangkan pemenuhan

keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata, artinya jika yang diinginkan bukan kebutuhan maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja (Sri Wahyuni, 2013).

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Sebab hal-hal yang mubah bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, seperti: makan, tidur dan bekerja, jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdikan kepada Ilahi. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang seorang muslim tidak bisa mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya sesuai dengan firman Allah yang mengatakan bahwa: (Q.S. Az-Dzariyat: 56).

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.

Oleh karena itu, tidak aneh apabila Islam mewajibkan manusia mengonsumsi apa yang dapat menghindarkan dari kerusakan dirinya, dan mampu melaksanakan kewajiban-kewajiban yang dibebankan Allah kepadanya. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu seperti barang yang dikonsumsi tidak haram termasuk didalamnya berspekulasi (menimbun barang dan melakukan kegiatan di pasar gelap, tidak mengandung riba, memperhitungkan zakat dan infaq). Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan atas banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dan apa yang dilakukannya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) Untuk mengumpulkan data dan

informasi maka peneliti harus mencari memperoleh data-data dari lapangan. Selanjutnya penelitian ini dianalisa, proses penelitian mengolah data di dilapangan (Sugiyono, 2018). Penelitian kualitatif berusaha mendapatkan pemahaman terhadap suatu fenomena dan *extrapolasi* pada situasi yang sama. Peneliti berupaya mendeskripsikan, menggambarkan, menguraikan dan memahami mengenai perilaku konsumen dalam berbelanja *online*. Dengan pendekatan ini diharapkan dalam penemuan-penemuan empiris dapat di deskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas dan juga lebih akurat. Terutama dengan berbagai hal yang berkaitan dengan bagaimana dampak covid-19 terhadap perilaku ibu-ibu pegawai honorer pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dalam berbelanja online perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini memiliki populasi dan sampel. Populasi adalah keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh ibu-ibu pegawai honorer pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus yang berjumlah 165 orang. Karena banyak keterbatasan dalam melakukan penelitian, maka akan diambil sampel dari seluruh populasi yang ada. Sampel merupakan bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa subkelompok atau elemen populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang ditemui penulis selama melakukan penelitian Kabupaten Tanggamus. Dalam penelitian ini menggunakan sampel, karena tidak dimungkinkan untuk meneliti semua ibu-ibu yang berstatus pegawai honorer di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Tanggamus. Pengambilan sampel untuk penelitian ini, menurut Arikunto jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Oleh Karena itu, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 41 orang yang diperoleh 25% dari 165 orang ibu-ibu pegawai honorer kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. (Suharsimi Arikunto, 2009). Pertimbangan atau kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah ibu-ibu

pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintahan Daerah Kabupaten Tanggamus, yang harus memenuhi kriteria inklusi yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun Kriteria tersebut yaitu ibu-ibu pegawai honorer yang aktif melakukan belanja *online* setiap bulan nya, beragama Islam, dalam rentang usia yaitu 25-30 tahun atau ibu-ibu generasi milenial.

Masyarakat yang menjadi sampel dalam penelitian ini berasal dari berbagai daerah atau kecamatan tempat tinggal. Penelitian ini hanya mengambil sampel delapan kecamatan dari 20 kecamatan yang ada di Kabupate Tanggamus, yaitu Kecamatan Kotaagung Pusat, Kotaagung Timur, Kotaagung Barat, Gisting, Talang Padang, Pugung, Pulau Panggung, Gunung Alip. Adapun alasan mengapa hanya mengambil delapan kecamatan saja, yaitu karena delapan kecamatan ini terletak di daerah perkotaan, terdapat berbagai lapisan masyarakat yang sudah menerima kehidupan modern, selain itu didukung oleh sinyal internet yang lancar dan lain sebagainya. Berbeda halnya dengan dua belas Kecamatan yang lainnya, dimana letak geografis masih berada di daerah pelosok, yang terhalang oleh jaringan internet dan kehidupan masyarakatnya masih primitif atau belum menerima kehadiran modernisasi masyarakat.

4. PEMBAHASAN

4.1. Prilaku belanja Online Ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus

Konsumsi merupakan kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Sedangkan konsumsi dalam ekonomi Islam adalah memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*). Untuk memaksimalkan tingkat kepuasan memiliki batasan yaitu jumlah dana yang dimiliki untuk membeli suatu barang. Namun ada batasan konsumsi bagi seorang konsumen muslim bukan hanya besaran jumlah dana akan tetapi juga adanya batasan-batasan Syariah. Batasan-batasan Syariah tersebut yaitu dapat berupa larangan mengkonsumsi makanan haram, riba, *tabdzir*, dan kewajiban berzakat. Hal ini yang harus dipegang

teguh oleh setiap konsumen muslim dalam kegiatan berkonsumsi.

Sebagaimana manusia pada umumnya ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus juga merupakan salah satu kelompok umat muslim yang melakukan aktifitas konsumsi di setiap harinya. Ibu-ibu tersebut mayoritas dari kalangan milenial juga memiliki kebiasaan mengkonsumsi seperti anak muda pada umumnya, dengan model dan *trend* terbaru, karena mereka ingin seperti apa yang mereka lihat di sosial media, televisi, majalah atau media yang lain. Di era digital sekarang ini mereka lebih tertarik berebelanja melalui *online shop* sebagai media berbelanja. Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dari semua responden yang diwawancarai menyatakan telah menggunakan transaksi *online shop* sebagai sarana belanja mereka.

Dalam memenuhi kebutuhannya, baik itu berupa barang maupun dalam bentuk jasa, seorang muslim harus sesuai dengan syariat Islam. Konsumsi dalam Islam bukan berarti memenuhi keinginan saja, tetapi harus disertai dengan niat supaya bernilai ibadah. Dalam Islam, manusia bukan *homo economicus* tapi *homo Islamicus*. *Homo Islamicus* yaitu manusia ciptaan Allah SWT yang harus melakukan segala sesuatu sesuai dengan syariat Islam, termasuk perilaku konsumsinya. Oleh karena itu, perilaku seorang muslim dalam berkonsumsi harus dalam koridor prinsip-prinsip ekonomi Islam dan diwarnai pula dengan karakteristik yang ada. Dalam hal ini, perilaku konsumen muslim termasuk para ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus juga harus sesuai dengan syariat Islam, antara lain:

a. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir

Harta diberikan Allah kepada manusia seharusnya digunakan untuk kemaslahatan manusia sendiri serta sebagai sarana beribadah kepada Allah. Dalam membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir seorang muslim harus memperhatikan beberapa hal seperti menggunakan harta secukupnya, dan membelanjakan harta untuk kebaikan. Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dalam belanja atau membeli produk di *online shop*

tidak sesuai dengan syariat Islam untuk membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir karena ibu-ibu tersebut belanja hanya untuk dirinya sendiri tanpa memikirkan kebutuhan untuk orang lain.

b. Memerangi Prilaku *Tabdzir* (Pemborosan)

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahnannya di jalan Allah. Disamping itu juga ada tuntunan yang melarang tindakan *mubadzir* karena Islam mengajarkan agar konsumen bersikap sederhana. Dalam hal tidak melakukan kemubadziran berupa hal yang perlu diperhatikan oleh seorang muslim adalah seperti menjauhi berhutang, menjaga aset yang mapan dan pokok, tidak hidup mewah dan boros.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dalam membeli produk di *online shop* tidak sesuai dengan syariat untuk tidak melakukan tindakan *mubadzir* karena banyak barang yang dibeli dan ada yang tidak digunakan sehingga menjadi *mubadzir* dan membuang-buang uang. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap responden yang mayoritas membeli sesuatu yang diinginkan saja dan bahkan terkadang dianggap kurang penting, menghabiskan budget yang banyak. Sehingga perilaku konsumsi yang seperti ini bisa dikatakan *tadzir* atau pemborosan. Mengingat juga kondisi keuangan mereka yang tidak stabil namun tetap saja berperilaku yang konsumtif, sehingga perilaku tersebut tidak mencerminkan dasar perilaku konsumsi yang Islami telah dijelaskan dalam surat Al-Maidah (5): 87-88

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampauai batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampauai batas. Dan makanlah makanan yang

halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

c. Kesederhanaan

Kesederhanaan merupakan salah satu etika berkonsumsi yang sangat penting. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Al-Qur'an menegaskan bahwa dalam berkonsumsi manusia dianjurkan untuk hidup secara sederhana. Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh seorang muslim tentang kesederhanaan adalah seperti membeli barang-barang yang memang dibutuhkan, memilih barang dan jasa yang berkualitas (mutunya baik dan terjamin), dan memperhatikan jumlah uang yang dimiliki.

Dari hasil yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dalam membeli produk di *online shop* tidak sesuai dengan syariat Islam untuk sederhana karena dalam membeli produk di *online shop* ibu-ibu tersebut membeli barang tanpa memperhatikan barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak dan tidak bisa benar-benar melihat harga nya untuk mampu membeli atau tidak, sehingga terkesan memaksakan kehendak, dan bahkan terkadang ada barang yang menjadi tidak terpakai karena satu kali pakai lalu bosan.

Sehingga, secara garis besar perilaku konsumsi yang dilakukan oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus tidak sesuai dengan syariat konsumsi Islam seperti membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan kesederhanaan. Masih adanya ibu-ibu tersebut yang dalam berkonsumsi kurang sesuai dengan syariat Islam salah satu faktornya yaitu karena banyak banyak nya ibu-ibu pegawai honorer tersebut kurang memahami ilmu agama Islam khususnya mengenai bagaimana seharusnya berprilaku konsumsi di dalam syariat Islam.

4.2. Faktor-Faktor Yang Mendorong Perilaku Belanja Online Ibu-Ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus

Pada zaman yang sudah digital seperti saat ini telah mengubah cara pandang seseorang dalam menjalani kehidupan, kehidupan yang dulu serba manual menjadi serba canggih seperti saat ini. Teknologi digital membuat perubahan besar kepada seluruh dunia saat ini, dari mulai membantu mempermudah segala pekerjaan manusia sampai menimbulkan masalah karena manusia tidak bisa menggunakan fasilitas digital ini dengan baik dan benar.

Era digital ini pun berdampak kepada pola hidup seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi, dulu orang membeli berbagai barang harus datang langsung ke toko untuk memilah dan memilih barang mana yang akan dibeli, mencoba dan kemudian membeli. Namun pada zaman digital saat ini manusia dimudahkan dengan cara pembelian melalui *online*, dimana orang-orang tidak harus pergi ke toko untuk memilih- milih barang mana yang dibeli, tetapi cukup dengan memesan lewat Handphone secara online kemudian beberapa saat kemudian pesanan akan dikirim. Saat ini banyak perusahaan yang meneliti tentang keputusan pembelian konsumen. Salah satu cara untuk membentuk hal tersebut adalah dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian. Dari beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa faktor-faktor yang mendorong perilaku belanja *online* ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus antara lain yaitu sebagai berikut:

a. Kemudahan

Para ibu-ibu sosialita di Kabupaten Tanggamus memilih belanja secara online adalah karena faktor kemudahan, menurut mereka belanja melalui online lebih mudah karena tidak perlu datang ke toko secara langsung, hanya dengan mencari melalui HP barang yang diinginkan akan muncul kemudian tinggal memesannya dan tinggal menunggu barang pesanan diantar sampai ke rumah.

b. Harga yang Murah

Para Ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus juga lebih memilih belanja online karena barang yang dijual di online shop jauh lebih murah daripada barang-barang yang dijual di toko.

c. Promo Diskon

Selain harga yang ditawarkan dianggap murah oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di

kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus, aplikasi *online Shope* tersebut juga sering menawarkan berbagai promo diskon untuk menarik minat beli konsumen seperti SERBU (Serba Seribu), murah lebay, casback extra, dan gratis ongkir.

d. Nyaman dan dipercaya

Merasa nyaman dan percaya, itu juga menjadi salah satu alasan para ibu-ibu pegawai honorer memilih belanja melalui *online shop* mereka tinggal mengetikkan kata barang yang diinginkan pada kolom pencarian dan akan muncul banyak, lalu memesan nya dan barang yang datang pun sesuai degan yang dipesan.

e. Sistem Pembayaran

Alasan lain para ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus memilih belanja secara *online* adalah karena ada nya sistem pembayaran COD atau membayar di tempat, karena banyak ibu-ibu tersebut tidak terlalu sua dengan sistem pembayaran secara online. Secara garis besar faktor atau motivasi perilaku konsumsi atau belanja *online* yang dilakukan oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus ini bisa dikatakan sah-sah saja dan tidak melanggar syariat konsumsi Islam . Islam tidak pernah melarang sistem jual beli *online*, selagi itu digunakan dengan cara yang baik dan mendatangkan maslahat untuk orang lain. Dapat di lihat dari berbagai motivasi alasan ibu-ibu pegawai honorer melakukan belanja rata-rata merespon atau memberikan alasan yang baik dan positif.

4.3. Tujuan Prilaku Belanja Online Ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus

Di dalam konsep ekonomi Islam, tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Sebab hal-hal yang *mubah* bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, seperti: makan, tidur dan

bekerja, jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdikan kepada Ilahi.

Tujuan dari konsumsi dalam Islam tidak hanya mendapatkan kepuasan sesaat saja, namun kepuasan yang diperoleh dapat memberi manfaat untuk kemaslahatan diri sendiri dan orang lain. Dalam penelitian ini dapat dikelompokkan upaya ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dalam melakukan konsumsi untuk mencapai *falah* (kesejahteraan) selama masa pandemi covid-19.

a. Menjaga Agama (*Hifdzu Ad-diin*)

Memenuhi kebutuhan seseorang untuk tetap teguh memegang prinsip agama adalah suatu kewajiban bagi seorang muslim dalam kondisi apapun. Dalam kondisi pandemi covid-19 yang menekan seluruh kalangan masyarakat khususnya ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dapat saja melunturkan keteguhan untuk melenceng dari prinsip yang mereka pegang. Berdasarkan hasil wawancara terhadap ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dapat disimpulkan bahwa keteguhan dalam menjaga agama dalam aktivitas perilaku konsumsinya bisa dikatakan kuat. Hal ini dapat dilihat bagaimana mereka berbelanja yaitu membeli produk yang halal, jelas bentuk, harga dan manfaatnya.

b. Menjaga Diri (*Hifdzu Nafsh*)

Segala kebutuhan yang berdampak baik untuk diri sendiri sangat perlu diperhatikan. Apalagi di masa pandemi seperti sekarang ini. Perhatian yang lebih terhadap kesehatan diri dan keluarga sangat penting. Seperti yang diketahui kesehatan adalah tiang utama dalam segala aktivitas, untuk itu pemerintah juga ikut turun tangan dalam mengawal kesehatan masyarakatnya dengan menerapkan protokol kesehatan, seperti mencuci tangan dengan sabun di air mengalir, memakai masker ketika pergi keluar rumah, menghindari adanya kerumunan, menjaga jarak dengan orang lain dan sebisa mungkin untuk mengurangi kegiatan di luar rumah dan itu semua upaya dalam menjaga diri. Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kesadaran ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus ini dalam menjaga kesehatan di masa pandemi lebih tinggi daripada dikeadaan yang normal. Dapat

dilihat dari perilaku konsumsi mereka, dengan mereka berbelanja online tentu hal tersebut sebagai salah satu bentuk upaya mereka menjaga diri, tidak keluar rumah dan menghindari kerumunan. Karena mengingat bahwa covid saat ini lagi meningkat tentu akan membahayakan diri nya dan orang lain .

c. Menjaga Akal (*Hifdzu Aql*)

Dalam ilmu fiqih pengertian menjaga akal adalah menjauhkan diri dari perbuatan yang dapat merusak akal misalkan minum minuman keras. Karena hal tersebut dapat membuat kesadaran seseorang menjadi rusak. Namun semakin berkembangnya ilmu fiqih, pengertian menjaga akal bukan hanya menjauhkan diri dari minuman keras, namun banyak ulama yang mengatakan bahwa bekerja adalah salah satu perbuatan yang juga dalam rangka menjaga akal. Berdasarkan hasil wawancara terhadap ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dapat disimpulkan bahwa sudah melakukan upaya untuk menjaga akal, hal ini terlihat bahwa disaat pandemi begini, keuangan ekonomi diuji namun kebutuhan pun harus tetap terpenuhi tentu hal ini akan menjadi pemicu setiap konsumen untuk kehilangan akal sehingga dampaknya akan dirasakan oleh diri nya dan bahkan orang lain, contoh ketika seorang itu berbuat kejahatan, merampas, mencuri dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pekerjaan menjadi prioritas setiap orang, agar adanya pola pikir yang sehat, ada kesibukan mengisi kekosongan, dan terutama ada nya penghasilan. Misalkan kegiatan bekerja secara virtual (*online*) dan secara tidak langsung memaksa ibu-ibu tersebut untuk melakukan hal-hal yang positif dari rumah.

d. Menjaga Harta (*Hifdzu Maal*)

Upaya menjaga harta dalam kegiatan konsumsi merupakan salah satu upaya menuju kesejahteraan jasmani dan rohani. Untuk itu harta yang dipunya haruslah selalu dibersihkan. Selain menjaga kebersihan harta, upaya menjaga harta juga dapat bermakna menjauhkan diri dari sikap *tabdzir* yang berarti tidak membelanjakan harta tidak sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan hak yang diperuntukkan harta tersebut atau tidak layak menurut ketentuan syariat agama. Namun, yang terjadi pada perilaku konsumsi ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus ini

malah sebaliknya atau terkesan pemborosan. Seperti belanja hanya untuk memenuhi keinginan, bertransaksi rata-rata perbulan 1 sampai 7 kali dan menghabiskan budget kurang lebih 1 sampai 4 juta. Itu yang dinamakan membelanjakan kebutuhan tapi tidak sesuai dengan kebutuhan yang sesungguhnya.

e. Menjaga Keturunan (*Hifdzu Nashl*)

Menjaga keturunan yang dipahami kebanyakan orang adalah menjauhkan diri dari sesuatu yang dapat merusak keturunan, misalkan melakukan zina yang dapat merusak nasab keturunan dan melakukan perkawinan sedarah yang dapat merusak kualitas manusia itu sendiri. Dan semakin berkembang pengetahuan manusia ada beberapa hal yang juga dapat menjadi upaya dalam menjaga keturunan yaitu memperbaiki kualitas keturunan, membina sikap mental generasi penerus agar terjalin rasa persahabatan diantara umat manusia menjaga kesejahteraan keluarga dan menjaga hubungan baik dengan lingkungan sekitar adalah salah satu upaya untuk menjaga keturunan. Karena lingkungan yang baik akan menjauhkan diri dari perilaku yang tidak baik juga dari diri sendiri ataupun dari orang lain. Pada masa pandemi covid-19 ini kebutuhan menjadi prioritas, dengan memastikan kebutuhan pribadi nya sudah tercukupi, maka akan muncul rasa aman dan kebahagiaan, sehingga dapat menciptakan kualitas mental yang lebih baik dan Tidak dipungkiri banyak kasus kejahatan yang terjadi dimasa pandemi yang muncul dari permasalahan keluarga. Oleh karena itu, mengapa pentingnya menjaga kesejahteraan keluarga untuk mencapai kesejahteraan diri sendiri.

Pada dasarnya, pengaturan keuangan menjadi tujuan kelima dalam berkonsumsi dan akan membantu seorang muslim terhindar dari keadaan keterbatasan keuangan meski dalam keadaan yang menekan seperti kondisi pandemi seperti sekarang ini. Sekalipun seseorang merasakan dampak dari kondisi keterbatasan keuangan ini hal tersebut masih dapat diatasi dengan kepercayaan masyarakat antara satu dengan ya.

Tujuan konsumsi dalam Islam adalah ketika apa yang dikeluarkan dapat mencapai *maslahah*. Ketika *maslahah* sudah dipenuhi maka seseorang akan mendapatkan *falah* (kebahagiaan). Untuk mendapatkan kebahagiaan dalam kondisi pandemi memang sedikit sulit untuk didapat,

namun ketika seseorang dapat mengatur keuangan dan mengganti motivasi serta mendayagunakan dirinya lebih baik maka semua akan mungkin terjadi. Dari segi tujuan yang hendak dicapai *masalah* dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: Pertama mendatangkan manfaat kepada umat manusia, baik bermanfaat didunia maupun akhirat. Kedua menghindarkan kemudzorotan (bahaya) dalam kehidupan manusia, baik kemudzorotan didunia maupun di akhirat.

Tujuan dari konsumsi dalam Islam tidak hanya mendapatkan kepuasan sesaat saja, namun kepuasan yang diperoleh dapat memberi manfaat untuk kemaslahatan diri sendiri dan orang lain. Prilaku belanja online oleh ibu-ibu pegawai honorer ini pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai kepuasan, namun tidak mengandung unsur maaslahah karena mayoritas dari ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus ini berkonsumsi hanya untuk mengikuti trend, status sosial dan lain sebagainya. Sehingga yang datang hanya sebuah kemudharatan.

4.4. Motivasi Perilaku Belanja Online Ibu-Ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus

Motivasi secara garis besar dapat diklasifikasi menjadi beberapa kebutuhan yang harus dipenuhi setiap muslim, yang mana kebutuhan itu terbagi menjadi tiga macam yaitu kebutuhan pokok (*dharuriyat*), kebutuhan pelengkap (*hajiyyah*), perbaikan (*tahsiniyyah*). Motivasi tentang dasar kelangsungan hidup yaitu termasuk rasa lapar, haus dan kebutuhan pokok (*fisiologi*) adalah yang sangat menonjol saat masa pandemi yang dirasakan oleh seluruh masyarakat termasuk ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus

a. Kebutuhan (*dharuriyat*)

Kebutuhan (*dharuriyat*) yang paling utama setiap manusia adalah berupa kebutuhan pokok akan sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (tempat tinggal). Berdasarkan hasil wawancara terhadap keseluruhan responden, mayoritas menyatakan berbagai alasan mengapa lebih memilih motivasi belanja online ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus pada masa pandemi yaitu

menunjukkan adanya keinginan yang kuat untuk dapat menjaga diri dari bahaya virus corona, untuk tetap dirumah saja dalam setiap beraktivitas terutama dalam hal berkonsumsi. Dalam kegiatan konsumsi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus ini lebih mentingkan memenuhi kebutuhan pribadi daripada kebutuhan keluarga maupun orang lain.

b. Pelengkap (*hajiyyah*)

Kebutuhan ini adalah kebutuhan yang dipenuhi untuk menghilangkan kesulitan manusia. Kebutuhan ini cenderung bersifat subyektif. Setiap individu memiliki tingkat perbedaan dalam memenuhi kebutuhan *hajiyyat*. Hal ini dipengaruhi oleh keadaan ekonomi atau lingkungan sosialnya. Misalnya seseorang yang memiliki pendapatan tinggi cenderung memiliki keinginan yang lebih, dari pada seseorang yang memiliki pendapatan rendah. Seperti luasnya tempat tinggal, makanan yang enak, memiliki kendaraan dan yang lainnya.

Prilaku konsumsi ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus lebih mengutamakan atas dasar pemenuhan keinginan. Pekerjaan dan memiliki penghasilan yang tinggi, maka semakin banyak juga kebutuhan yang mereka harus penuhi, hal ini menjadi faktor mereka untuk intens berbelanja baik offline maupun online.

c. Perbaikan (*tahsiniyyah*)

Kebutuhan ini adalah kebutuhan pelengkap yang dipenuhi untuk mendapatkan kenyamanan dan kenikmatan. Islam tidak melarang seseorang untuk memenuhi kebutuhan *kamaliyat*. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang menyangkut kemegahan dan kemewahan. Pemenuhan kebutuhan ini dilakukan untuk menolak dan melindungi diri dari *kedzaliman* dan hinaan. Kebutuhan tersebut termasuk kebutuhan yang diperlukan oleh orang muslim. Seperti kemegahan yang dimiliki oleh penguasa. Akan tetapi kebutuhan ini kadar pemenuhannya tidak boleh melebihi dua kebutuhan sebelumnya. Pemenuhan kebutuhan kamaliyat yang tidak sesuai kadarnya cenderung akan membuat manusia sibuk dengan kenikmatan. Selain itu juga akan menimbulkan *israf* dan *tabzir*.

Motivasi konsumsi yang dimiliki oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus dimasa pandemi membawa dampak yang cukup kurang baik terhadap perilaku konsumsi yang sesuai dengan teori kebutuhan Islami. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa motivasi perilaku konsumsi ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus termasuk dalam golongan kebutuhan *tahsiniyah* atau berlebihan. menurut As-Syatibi yang memenuhi tiga kebutuhan manusia yaitu *dharuriyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyyah*. Hal ini, dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonsumsi terhadap suatu barang, seperti barang yang *branded* (bermerk), mahal dan bahkan tidak terlalu penting.

Prilaku semacam ini sudah menjadi gaya hidup mereka, dengan berbagai alasan seperti untuk mengikuti *trend*, status sosial dan lain sebagainya. Sehingga akibatnya, akan berdampak buruk terhadap diri mereka sendiri yaitu membentuk perilaku yang baru yaitu perilaku yang konsumtif. Perilaku *buying* semacam ini terlalu memaksakan kehendak, dimana keinginan yang terlalu banyak dan ekpektasi yang tinggi namun tidak didukung oleh *budget* atau keunagn atau ekonomi yang cukup sebagai penyeimbang. Dengan begitu konsumsi mereka akan memicu hal-hal yang merugikan dalam memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarganya.

Dalam hal ini, perilaku konsumsi ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus tergolong perilaku konsumsi yang konsumtif, hal ini mendapatkan dorongan dari diri pribadi, teman, lingkungan dan influencer sehingga menimbulkan motivasi mengkonsumsi barang secara berlebihan atau dengan kata lain tidak sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana masyarakat yang mengkonsumsi barang yang berlebihan, perilaku konsumtif mereka inilah yang mendorong mereka selalu menjadi boros dalam hal berbelanja, setelah mereka berbelanja *online* melalui aplikasi *platfrom* akan merasakan kebutuhan mereka terpenuhi maka dorongan-dorongan dalam diri mereka akan berkurang setelah mereka mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Mereka tidak berpikir apakah barang tersebut berguna atau tidak untuk mereka, yang terpenting kebutuhan mereka terpenuhi. Inilah yang menyebabkan perilaku konsumtif masyarakat terjadi.

Sedangkan dalam tinjauan ekonomi Islam keputusan pembelian konsumen Islami harus dilandaskan kepada syariat Islam dalam setiap melakukan perencanaan pembelian dan bahkan sesudah pembelian. Terhadap barang yang akan dibeli konsumen muslim hendaknya berpikir dahulu sebelum membeli barang yang akan dibeli dan digunakan. Seorang muslim pada saat melakukan keputusan pembelian sebuah produk harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dibeli tidak haram yaitu secara zatnya tidak haram dan cara mendapatkan tidak

Selain itu, dalam perilaku konsumsi Islami seorang muslim dituntut bersikap sederhana tidak berlebih-lebihan dan tidak boros. Menyesuaikan dengan pendapatan terhadap barang yang akan dibeli. Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewahan), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu. akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.

Dalam berbelanja online hendaknya kaum muslimin memperhatikan prioritas utama dalam membeli barang. Membeli barang sesuai dengan kebutuhan agar tidak terjebak dengan perilaku konsumtif yang mementingkan keinginan tanpa mengedepankan prioritas utama dalam berbelanja menyesuaikan pendapatan dengan apa yang hendak dibelanjakan agar terhindar dari sifat *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Marheni Eka Saputri, dengan judul "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia" dalam Jurnal Socioteknologi Vol. 15, No 2, Agustus 2016 Hasil tersebut membuktikan bahwa perilaku konsumen memiliki hasil yang positif sehingga memberikan dampak yang positif pula pada keputusan pembelian terhadap Zalora Indonesia. Hal tersebut dikatakan positif karena perilaku konsumen dapat memengaruhi keputusan pembelian pada Zalora Indonesia. Adapun besarnya pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 45,02% yang berarti hubungan perilaku konsumen dalam belanja online terhadap pembelian. sehingga kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Perilaku Konsumsi Ibu-Ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus Dalam Berbelanja *Online* Di Era Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil penelitian ini, ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus di era digital dan tambah lagi di era pandemi covid-19 memilih menggunakan belanja *online* untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadinya. Adapun aplikasi yang digunakan adalah mayoritas memilih aplikasi shopee, lazada dan buka lapak untuk melakukan transaksi berbelanja *online*, karena transaksi *online* ini lebih nyaman, informasi yang lengkap, harga murah, banyak diskon, bisa COD dan kepercayaan konsumen yang baik. Aktivitas belanja yang dilakukan oleh ibu-ibu sosialita tersebut mayoritas rata-rata mencapai 1-7 kali bertransaksi, dan rata-rata menghabiskan *budget* 1 sampai 4 juta per bulan. Oleh karena itu, aktivitas konsumsi tersebut termasuk perilaku yang konsumtif karena tujuan konsumsi tersebut semata-mata untuk mengikuti *trend*, menaikkan status sosial, membangun kepercayaan diri, dan kepausan.

- b. Perilaku Konsumsi Ibu-Ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus Dalam Berbelanja *Online* Perspektif Islam

Secara garis besar perilaku konsumsi yang dilakukan oleh ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus tidak sesuai dengan syariat konsumsi Islam seperti dalam ber'etika, motivasi, tujuan berkonsumsi. Dalam hasil penelitian ini ibu-ibu pegawai honorer yang bekerja di kantor pemerintah daerah Kabupaten Tanggamus terkesan perilaku konsumsi yang *mubazir* dan tidak mengandung unsur kesederhanaan, karena membelanjakan uangnya tanpa berfikir panjang dan hanya mementingkan keinginan bukan kebutuhan. Adapun kebutuhan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu kebutuhan *tahsiniah* (pelengkap) kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang menyangkut kemegahan dan kemewahan atau terkesan berlebihan. Selain itu terdapat temuan bahwa perilaku belanja online oleh

ibu-ibu sosialita ini membentuk perilaku konsumtif, tentu perilaku yang seperti ini tidak diperbolehkan dalam syariat Islam.

6. REFERENSI

- Afzalur Rahman. (1995). *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*. Pt Dana Bhakti Wakaf.
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging Technologies*.
- Angelus Ewid. (2019). Perilaku Kreatif Dan Inovatif Pengepul Buah Durian Dalam Usaha Lempok Dan Tempoyak Di Kecamatan Bengkayang, Jbee. *Jurnal Bisnis Ekonomi Dan Entrepreneurship, Jbee, 1*(1).
- Ayentia Brilliantita, Flora Grace Putrianti. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswi Psikologi UST Yogyakarta. *Jurnal SPIRITS, 5*(2).
- Beni Dwi Komara. (2020). Jalan Terjal Umkm Dan Pedagang Kecil Bertahan Di Tengah Pandemi Covid 19 Dan Ancaman Krisis Ekonomi Global,. *Jurnal Manajemen Bisnis, 17*(3).
- Carina Megarani, E. A. (2018). *Kumpulan Ulasan Politik, Ekonomi, Dan Gaya Hidup Era Digital* (pp. 79–81).
- Debby Ingan Malem Tarigan, A. D. (n.d.). *Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado. 4*(4).
- Dr. Busyro, M. A. (2019). "Maqashid Al-Syariah: Pengetahuan Mendasar Memahami Masalah" (p. 18). Kencana Prenada Media group.
- Elfin, H. Sulsalman Moita, dan Bakri Yusuf. (2019). *Elfin, H. Sulsalman Moita, dan Bakri Yusuf, Potret Gaya Hidup Konsumerisme Di Kalangan Perempuan (Studi Perempuan Sosialita di Mall Lippo Plaza Kota Kendari)*.
- Gita Laras Widyaningrum. (2020). "Who Tetapkan Covid-19 Sebagai Pandemi Global, Apa Maksudnya?" *National Geographic Indonesia: Kesehatan*,.
- [Http://Tekno.Liputan6.Com/Read/](http://Tekno.Liputan6.Com/Read/). (2022). *Http://Tekno.Liputan6.Com/Read/3068210/Ini-10-Toko-Online-Terbaik-Di-Indonesia-Diakses-Pada-Tanggal-18-Maret-2022-Pukul-20:10*.
- [Https://Beritagar.Id/Artikel/](https://Beritagar.Id/Artikel/). (2022). *Https://Beritagar.Id/Artikel/Berita/Daerah-Makin-Bergairah-Belanja-Online-Diakses-Pada-Tanggal-7-April-2022-Pukul-21:00*.
- Irfan Madjuk, dkk. (2013). *Makna Gaya Hidup Brand Minded Pada Konsumen Sosialita*.
- Iskandar Putong. (2004). *Teori Ekonomi Mikro: Konvensional Dan Syariah*,.
- James F, Engel, et. al. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid I*, (p. 28). Binarupa Aksara.

- Jaribah bin Ahmad Al Haritsi. (2019). *Fikih Ekonomi Umar bin Khathab, penerjemah H. Asmuni Solihan Zamarkhasyari, Lc.*, Pustaka Al-Kautsar Grup .
- Jihan Eka Mufidah, Asep Ramdan Hidayat, dan Yayat Rahmad Hidayat. (2019). "Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al-Ghazali terhadap pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung)", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 2, (2019), hlm. 77. *Urnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Kanuk, S. dan L. L. (2010). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (2nd ed.). ALFABETA.
- Keputusan Presiden Nomor 12 tahun 2020. (2020). Keputusan Presiden Nomor 12 tahun 2020 Tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) sebagai Bencana Nasional. *Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020*.
- Khairunnisa. (2014). Dampak Aplikasi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Berbelanja Online Di Kalangan Siswa-Siswi Sma Negeri 2 Tenggara. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 2(4).
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*.
- Muhammad. (2004). "Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam" (p. 187.).
- Mustafa Edwin Nasution, Dkk. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (p. 61). Kencana Prenada Media Group.
- Mustafa Edwin Nasution dkk. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (p. 29).
- Pingit Aria. (2022). *Panic Buying Dan Ancaman Virus Corona Menjangkiti Bisnis Retail*, <https://katadata.co.id>, Diakses 31 Maret 2022 Pukul 10.30 Wib.
- Prof.I Made Supartha Utama. (2020). *Hasil Pengamatan Guru Besar Ftp Unud, Perilaku Konsumen Berubah Akibat Pandemi Covid-19*. <https://bali.tribunnews.com>, 9 Maret 2022. Diakses Pada Pukul 10.55 Wib.
- Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw. (2004). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004, hlm. 9 (p. 9). : Andi Yogyakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business (7 Ed.)*. John Wiley & Sons Ltd.
- Sri Wahyuni. (2013). Teori Konsumsi dan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam., *Jurnal Akuntabel*, 10(1), 76.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Manajemen Penelitian* (p. 152.).
- T. Gilarso. (1993). *T. Gilarso, "Pengantar Ilmu Ekonomi Makro Jilid 1"*,. Kanisius.
- Totalan Sebaran Virus Corona Di Indonesia. (2022). *Totalan Sebaran Virus Corona Di Indonesia, Covid19.Go.Id, Diakses Pada 21 Juni 2022 Pukul 17:40*.
- Tyas Palupi, Dkk. (2017). Hubungan Antara Sikap Dengan Perilaku Pro-Lingkungan Ditinjau Dari Perspektif Theory Of Planned Behavior". *Proceeding Biology Education Conference*, 216.
- Yayah Rukiah. (2016). Fesyen Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota (Studi Kasus: Gaya Hijabers Community). *Dimensi DKV*, 1(2).
- Yuliana. (2020). Corona Virus Diseases (Covid-19) Sebuah Tinjauan Literatur. *Urnal Wellnes And Healty Magazine*, 2(1), 187.
- Yusuf Qardhawi. (2001). *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtisad al-Islami, diterjemahkan oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husim, Norma dan Etika Ekonomi Islam, (cet, ke-4, Jakarta: Dema Insani Press, 1422 H/2001 M, hlm 352. Dema Insani Press .*
- Yuswohady. (2012). *Consumer 3000 Revolusikonsumen Kelas Menengah Indonesia* (pp. 292–294). Gramedia.