

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi membawa banyak perubahan yang cukup besar di dalam kehidupan manusia seperti pola hidup, budaya, pengetahuan, adat istiadat, dan lain sebagainya. Pola hidup bagi masyarakat mengenai berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berubah menjadi melebihi kebutuhan yang tidak seharusnya, yang biasa disebut dengan konsumerisme. Konsumerisme hampir dialami oleh seluruh lapisan masyarakat tak terkecuali mahasiswa. Yasraf Amir Piliang mendefinisikan konsumerisme sebagai budaya konsumsi dengan simbolik. Konsumerisme memiliki budaya berbelanja bukan kebutuhan primer yang didorong dengan keinginan yang tiada henti.¹ Konsumerisme merupakan budaya yang dibentuk dari nilai ketertarikan pada suatu barang tanpa memikirkan kandungan yang ada didalamnya.²

Konsumsi dan konsumerisme merupakan salah satu hal kekinian yang menarik perhatian berbagai disiplin ilmu. Konsumsi merupakan suatu fenomena sosial yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, hal ini karena Masyarakat dengan melakukan praktik konsumsi manusia dapat terus hidup melalui konsumsi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumsi adalah pemakaian suatu barang hasil produksi (bahan makanan, pakaian, dan sebagainya), barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup.³ Jamil, dkk menyatakan bahwa perubahan paling mendasar di era globalisasi ini adalah perubahan ke arah masyarakat konsumen yang menciptakan budaya konsumeris dan gaya hidup konsumerisme.⁴ Suatu kondisi dimana hampir seluruh energi terfokus untuk melayani nafsu, keinginan materi, kekayaan kesenangan dan lain sebagainya.

¹ Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi* (Jakarta: Mizan Publika), 71-72.

² Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, 71-72.

³ KBBI

⁴ Jamil, dkk, "Perilaku Konsumeris Pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari," *Neo societal* vol 3, no.2 (2018)

Fenomena konsumerisme telah melekat pada kehidupan masyarakat. Kegiatan konsumsi dapat dengan mudah dilakukan dimanapun dan kapanpun. Konsumen juga mampu mengetahui detail suatu produk hanya dengan mengakses menggunakan perangkat elektronik yang dimiliki. Situs yang dapat diakses adalah berupa online shop. Online shop merupakan salah satu bentuk perubahan yang disajikan internet saat ini untuk berbelanja.

Perubahan cara belanja menggunakan online shop saat ini sedikit menggeser nilai sosial yang semula masyarakat melakukan transaksi pembelian barang di pasar dengan bertatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli, namun kini dengan berbelanja online transaksi dilakukan melalui media elektronik tanpa adanya tatap muka secara langsung. Penggunaan online shop memiliki keunggulan salah satunya adalah para pengguna online shop dapat mudah memilih barang yang di inginkan.

Gaya hidup konsumerisme bertujuan untuk membuat masyarakat lebih aktif dalam melakukan konsumsi secara terus menerus. Konsumerisme tidak hanya mempengaruhi perilaku manusia untuk menggunakan waktunya serta pendapatan untuk melakukan konsumsi tapi secara lebih berbahaya mematikan pikiran, sikap, aspirasi, dan pandangan dunia serta hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan keluarga ikut terancam.⁵

Dalam islam, segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia diatur dan dimanfaatkan atas dasar kesejahteraan, bukan berlebih-lebihan walaupun memiliki pendapatan yang banyak. Berkaitan dengan budaya konsumerisme, islam sangat tidak menganjurkan. Dalam Al-Qur'an surah Al-A'raaf ayat 31 yang artinya:

⁵ M Mahajan, *Consumerism: A Globalization Concept. International Journal Of Multidisciplinary Research And Development* Vol.2(9) 245-248
<https://doi.org/2349-4182>

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

Ayat Al-Qur’an diatas mengajarkan bahwa Islam menekankan perilaku konsumsi yang tidak berlebihan. Artinya, jika kita memahami dengan baik konsep konsumsi dalam ajaran Islam, kita dapat mengendalikan keinginan kita dan menyesuaikannya dengan kebutuhan..

Fenomena menarik yang terjadi pada mahasiwa FUDA IAIN Kediri dimana mereka mencari ilmu di lingkungan Pendidikan islam yang pastinya diajari, dan faham mengenai agama islam terutama mengenai masalah konsumsi dalam islam itu sendiri. Dimana tidak boleh melakukan konsumsi secara berlebihan tapi dari mereka masih ada yg melakukan hal tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang udaya konsumerisme yang terjadi pada mahasiswa FUDA IAIN Kediri dengan judul “ BUDAYA KONSUMERISME MELALUI BELANJA ONLINE DI LINGKUNGAN MAHASISWA BERPENDIDIKAN ISLAM”.

B. Fokus Masalah

1. Bagaimana bentuk perilaku perilaku belanja online di lingkungan mahasiswa FUDA dalam perspektif konsumerisme Baudrillard?
2. Bagaimana pemahaman mahasiswa FUDA tentang ajaran islam terkait perilaku konsumerisme?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku belanja online mahasiswa FUDA IAIN Kediri

2. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman mahasiswa FUDA tentang ajaran islam terkait perilaku konsumerisme
3. Untuk mengetahui perilaku belanja online di lingkungan mahasiswa FUDA dalam perspektif Baudrillard

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi semua pihak. Adapun manfaat penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya khazanah keilmuan kaademis, khususnya lingkungan sosial maupun lingkup sosia budaya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan pengetahuan mahasiswa agar dapat memanejeman perilaku budaya konusmtif dalam lingkup kampus dan dan tujuan studi mereka dapat berhasil dalam mengatur pola kehidupan., sekaligus dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memeproleh pemaknaan yang lebih detail mengenai perilaku budaya konsumtif

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan akan memebrikan pemahamn yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Dengan memperoleh wawasan yang lebih detail, diharapkan dapat ditemukan pola-pola konsumsi, faktor-faktor yang mempengaruhi, serta implikasi sosial dan ekonomi dari perilaku konsumtif tersebut. Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk pengembangan kebijakan atau program pendidikan yang lebih baik dalam mengelola

aspek-aspek konsumsi di kalangan mahasiswa, serta memberikan kontribusi terhadap literatur ilmiah yang ada dalam bidang ini.

E. Telaah Pustaka

1. Akmalul Mizan (2020) dengan judul Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga Dalam Membeli Produk Fashion Melalui Online Shop.⁶ Skripsi Thesis, Universitas Airlangga

Skripsi ini fokus membahas bagaimana mahasiswa melakukan transaksi online hanya karena ingin memiliki barang yg mereka mau bukan yg mereka butuhkan, serta berkeinginan memiliki barang tersebut karena banyak digunakan oleh orang-orang disekitarnya. Selain itu online shop memudahkan mahasiswa untuk mencapai barang yg mereka inginkan dengan mudah. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yang sedang dikaji oleh peneliti adalah sama-sama mengkaji mengenai bagaimana perilaku konsumtif para mahasiswa dalam melakukan kegiatan belanja online yang dilakukan dengan tujuan kepuasan diri. Perbedaan ada pada tempat dilakukannya penelitian.

2. Aditya Bagus Setiawan (2019) dengan judul Perilaku Konsumtif Mahasiswa Analisis Perspektif Herbert Marcuse.⁷ Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Skripsi ini memberi gambaran pada objek yang diteliti melalui informan dengan tujuan salah satunya untuk memantik pola pikir bersifar revolusioner dari mahasiswa yang sudah tersedukasi oleh sikap konsumtif. Kesamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan adalah mencoba untuk menjelaskan bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa dan

⁶ Mizan Akmalul, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga dalam Produk Fashion Melalui Online Shop" (Skripsi, Universitas Airlangga Surabaya, 2020).

⁷ Setiawan Aditya Bagus, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Analisis Perspektif Herbert Marcuse" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2019).

sikap apa yang perlu diambil serta diperbaiki dari perilaku tersebut. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan ada pada tempat serta teori yang digunakan.

3. Fatikhatul Inayah (2022) dengan judul Analisis Pengendalian Perilaku Konsumtif Santri Putri Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Al-Hidayah, Karangsucu, Banyumas).⁸ Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifudin ZuhriPurwokerto, dalam skripsi ini menjelaskan bagaimana perilaku santri yang ada di pondok pesantren Al-Hidayah yang semakin goyah, dimana seharusnya para santri sudah diajarkan untuk hidup sederhana kini mulai melakukan belanja online yang berlandaskan pada kepuasan diri. Namun dapat dilakukan pengendalian dengan dua cara yakni secara internal dan eksternal. Pengendalian internal dari dalam diri santri sendiri, pengendalian eksternal dari para pengurus, dewan asatidz serta pengasuh pondok pesantren. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yg sedang peneliti lakukan adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian lapangan, dengan pendekatan deskriptif. Pembeda terletak pada subjek yang diteliti.
4. Dhiyaul Aulia Zulni (2021) dengan judul Pengaruh Etika Konsumsi Islam Dalam Penggunaan Dompot Digital Sebagai Perluasan Model *Utaut*.⁹Tesis, Universitas Islam Indonesia Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Agama Islam. Dalam tesis ini dilakukan penelitian mengenai generasi milenial atau bisa disebut generasi internet sekarang ini dapat melakukan transaksi menggunakan dompet digital dengan berbagai fitur serta kemudahan. Namun dengan adanya kemudahan tersebut apakah dapat mengikis etika konsumsi dari generasi milenial islam saat ini.

⁸ Inayah Fatikhatul, “Analisis Pengendalian Perilaku Konsumtif Santri Putri Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Al-Hidayah, Karangsucu, Banyumas)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022).

⁹ Zulni Dhiyaul Aulia, “Pengaruh Etika Konsumsi Islam dalam Penggunaan Dompot Digital Sebagai Perluasan Model *Utaut*”(Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2021).

Maka dalam penelitian tersebut bertujuan untuk memperoleh bagaimana gambaran pengaruh etika konsumsi islam dalam penggunaan dompet digital dalam pola perilaku konsumsi oleh generasi milenial. Persamaan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan saat ini adalah menggunakan pandangan dalam islam. Perbedaan subjek yang diteliti.

5. Dany Luqyana Idris (2022) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2016 UIN Mataram pada Trend Fashion (Pakaian).¹⁰ Jurnal ini mencari apa faktor internal serta eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif tren berpakaian pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah di UIN Mataram. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan saat ini adalah sama sama mencari alasan, dan menganalisis mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perbedaannya dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, serta lokasi penelitian dilakukan di UIN Mataram.

F. Definisi Konsep

1. Konsumerisme

Konsumerisme dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai paham atau gaya hidup yang menganggap barang, terutama barang mewah, sebagai ukuran kebahagiaan. Ini mencakup pandangan bahwa kebahagiaan atau nilai seseorang diukur oleh seberapa banyak barang mewah yang mereka miliki atau konsumsi yang mereka lakukan. Konsumerisme juga sering kali dihubungkan dengan gaya hidup yang tidak hemat, di mana individu cenderung

¹⁰ Idris Dany Luqman, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2016 UIN Mataram pada Trend Fashion (Pakaian)" Jurnal Impresi Indonesia (JII) Vol.1, No.6, Juni 2022.

mengonsumsi berlebihan tanpa mempertimbangkan dampak sosial atau lingkungan dari perilaku konsumsinya.

2. Belanja online

Belanja online dapat didefinisikan sebagai proses pembelian barang atau jasa melalui internet atau platform elektronik lainnya. Dalam belanja online, konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara virtual tanpa perlu berada di tempat fisik toko atau penjual.