

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Konteks Penelitian.**

Perkembangan dunia dewasa ini semakin berubah dengan cepat. Kehidupan zaman sekarang berkembang dibawah pengaruh ilmu teknologi dan pemikiran rasional. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang melanda dunia, yaitu suatu keadaan yang dipaksakan dari negara-negara maju kepada negara-negara berkembang untuk diikuti. Apa yang menonjol di dalam masyarakat global adalah keinginan setiap individu untuk memuaskan dirinya dengan memenuhi kebutuhan pokoknya.

Manusia mempunyai lima kebutuhan yang membentuk tingkatan-tingkatan atau disebut juga hierarki kebutuhan mulai dari yang paling mudah hingga yang sulit untuk dicapai atau didapat. Kebutuhan yang dimaksud merupakan kebutuhan fisiologis (makan, minum), keamanan, cinta, harga diri dan aktualisasi. Manusia mengkonsumsi suatu barang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk mendapatkan nilai atas barang tersebut.

Konsumsi menjadi aktivitas yang sering dilakukan oleh masyarakat setiap harinya tanpa memikirkan kondisi ekonomi mereka saat ini. Konsumsi sebagai satu sistem diferensiasi yaitu sistem pembentukan perbedaan-perbedaan status, simbol dan prestise sosial adalah sistem yang menandai kedatangan masyarakat konsumen.

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan, memakai, atau menghasilkan barang dengan maksud memenuhi kebutuhan. Konsumen sebagai pemakai barang dan atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>1</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.<sup>2</sup>

Secara umum bagaimana konsumen berperilaku dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ada pada diri konsumen itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang ada dari luar diri konsumen itu sendiri.

Perilaku konsumen ini berdasarkan sifatnya di bagi menjadi dua yaitu Rasional dan Irrasional. Konsumen dengan sifat rasional cenderung memilih barang berdasarkan kebutuhan, harga yang sesuai dengan kemampuan, mutu yang terjamin dan lain sebagainya. Sedangkan konsumen dengan sifat irrasional sangat tertarik dengan iklan dan promosi, memilih barang berdasarkan merek atau *branded*, memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan tetapi berdasarkan gengsi atau *prestise*, mencoba lebih dari dua produk sejenis dan lain-lain.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

<sup>2</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003)., 10-12

<sup>3</sup> Mulyadi Nitisusanto, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung; Alfabeta, 2013)., 31

Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan yakni sandang pangan dan papan serta kebutuhan lainnya. Kebutuhan yang juga dibutuhkan manusia misalnya kebutuhan akan barang-barang elektronik dan barang lainnya yang bisa membantu kegiatan manusia sehari-hari misalkan handphone, laptop, power bank, motor, helm, dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

Kebutuhan manusia akan barang-barang tersebut sangatlah meningkat setiap tahunnya yang tadinya sekedar kebutuhan mendasar bergeser menjadi kebutuhan sosial, kebutuhan untuk dihargai bahkan sampai menjadi kebutuhan komersil seperti *trend*.

Kebutuhan akan barang-barang pelengkap lainnya terus mengalami peningkatan sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen itu sendiri. Karena masyarakat akan membeli suatu barang untuk mendapatkan kepuasan yang mereka inginkan agar tidak ketinggalan dengan yang lainnya. Masyarakat akan berusaha untuk mendapatkan barang tersebut entah itu di toko, ataupun di supermarket baik yang baru maupun bekas, yang terpenting adalah masyarakat mendapatkan apa yang mereka inginkan. Barang bekas adalah salah satu solusi utama masyarakat untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan harga yang sedikit murah dan barang masih bagus serta dapat digunakan.

Barang bekas adalah barang yang sudah tidak terpakai atau tidak dibutuhkan lagi oleh pemiliknya, namun belum tentu barang itu tidak bisa digunakan lagi. Biasanya alasan orang untuk tidak menggunakannya lagi adalah sudah bosan, atau ingin sesuatu yang baru, namanya juga manusia, tidak pernah puas yang positifnya memberikan naluri untuk berkembang.

Atau kemungkinan sedang membutuhkan uang sehingga sumber alternatif untuk mendapatkan uang cepat ( *BUC* ) yaitu dengan menjual barang-barangnya yang kiranya bisa dijual.<sup>4</sup>

Banyaknya penjual barang bekas yang ingin menjual barang mereka yang sudah tidak digunakan atau mungkin ingin menggantinya dengan yang baru, atau mungkin mereka membutuhkan uang segera sehingga harus menjual sebagian barang yang mereka miliki.

Perkembangan masyarakat dalam berbelanja, terutama perkembangan zaman dewasa ini masyarakat cenderung sibuk untuk berbelanja di toko-toko ataupun di pasar loak untuk mendapatkan barang bekas yang bagus. Dengan adanya teknologi yang berkembang saat ini memungkinkan penjual barang bekas untuk menjual barang mereka di *online* melalui sosial media seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan sosial media lainnya. Hal ini memudahkan mereka untuk segera mempublikasikan barang yang mereka jual, tinggal memfoto barang yang mereka jual lalu di *upload* ke sosial media dengan harga yang mereka inginkan. Ketika pembelian ini dilakukan secara *online*, ada beberapa resiko yang harus di tanggung konsumen seperti barang tidak sesuai dengan promosi, barang cacat, bahkan terjadi penipuan. Walaupun demikian, tetap banyak konsumen yang tergiur membeli barang secara *online*, karena pembelian secara *online* dianggap lebih praktis.

Pembelian secara *online* adalah proses pembelian barang atau jasa melalui media internet atau sering disebut *online shop*. Pada tahun 1994 jual

---

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/wahanamandiribali/posts/419434384766970>, di akses tanggal 07 desember 2017

beli secara *online* sudah di perkenalkan kepada khalayak, awalnya sistem penjualan *online* dikenal dengan *e-commers (electronic commers)*, sistem *e-commers* ini pertama kali di gunakan oleh perusahaan di bidang makanan yaitu Pizza Hut. Dari *e-commers* inilah kemudian berkembang menjadi jual beli secara *online*.<sup>5</sup>

*Online shop* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online shop* dapat melihat barang-barang di toko *online*. Konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video. Toko *online* atau *online shop* bisa dikatakan sebagai tempat berjualan yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara *online* di internet.

*Online shop* memberikan beragam kemudahan bagi konsumennya diantaranya adalah Barang yang di tawarkan selalu *up to date* dan terkini, Konsumen tidak perlu pergi ke toko karena toko *online* bisa di akses dari rumah, tempat kerja, sekolah dan lain-lain, konsumen tetap bisa melakukan kegiatan sehari-hari sekaligus berbelanja, Banyak pilihan toko *online*, sehingga konsumen bisa membandingkan harga, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer dan bisa menghemat waktu dan tenaga atau bila dekat bisa juga ketemuan dan membayar seketika saat ketemuan bisa juga disebut dengan istilah COD.<sup>6</sup>

Proses transaksi jual beli yang ada di *online shop* dilakukan dengan Konsumen yang sudah menjadi anggota atau *followers* (ada beberapa *online*

---

<sup>5</sup> Adhi Prasetio, *Smart Guide Jualan Online*, (Jakarta : Mediakita, 2012)., 22

<sup>6</sup> Kusdiana Wati Defi, "Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Online Shop Amida Tok Til Blitar", Skripsi, Stain Kediri, 2015., 25

*shop* yang mensyaratkan bergabung menjadi anggota sebelum memesan), selanjutnya konsumen dapat memesan produk. Setelah itu, konsumen membayar produk yang dibeli menggunakan kartu kredit atau melalui transfer bank, juga bayar ditempat, atau bisa juga janji ketemuan dan membayar ditempat itu sekaligus.

Barang-barang bekas yang di jual di online shop biasanya kebanyakan *handphone, laptop, flashdisk*, jam tangan, helm, pakaian, tas, sepatu, perlengkapan motor dsb. Karena kebanyakan yang menjual barang bekas adalah anak muda yang gemar sekali gonta-ganti barang karena sudah tidak musim sehingga mereka menjualnya untuk segera mendapatkan model yang baru, dan peminatnya pun juga dari kalangan anak muda. Barang bekas yang dijual di online sangatlah digemari anak muda di zaman sekarang, karena harganya yang murah dan kualitas yang masih bagus serta mudah mencarinya dan bisa dinego harganya. Biasanya mereka mencari barang bekas yang dijual online di sosial media *facebook, instagram* dan aplikasi jual beli *online* serta sosial media lainnya mereka tinggal memposting gambar barangnya lalu di cantumkan harganya.

Fenomena yang sering dijumpai dalam transaksi belanja *online* adalah ketidaksesuaian produk yang diterima dengan kondisi barang atau produk yang dilihat di internet serta lama proses pengiriman menjadi sebuah bentuk ketidakpuasan konsumen terhadap pembelian secara *online*, ketidakjelasan penjual dalam menjual barangnya sudah deal akan tetapi penjual tidak ada ditempat saat proses transaksi dan terkadang menjualnya ke pihak lain. Meskipun begitu, tidak menurunkan tingkat pembelian dalam situs *online*.

Berdasarkan situs resmi, hasil survey yang bertajuk “*Shopping is One Click Away! Online Shopping Survey 2016*” terhadap 430 responden usia produktif (18-38 tahun) di berbagai penjuru Indonesia. Dari total responden yang mengikuti survei 87% di antaranya pernah melakukan transaksi jual beli secara *online*, mayoritas (74%) mengatakan ke depan akan mencoba.<sup>7</sup>

Pada setiap kesempatan *online shopping* atau pembelian secara *online* menjadi perbincangan oleh sebagian kalangan mahasiswa, karena sudah bisa diakses melalui, *android*, *Instagram*, *facebook*, dan media sosial lainnya yang lebih memudahkan bagi mahasiswa untuk mengaksesnya dan melakukan pembelian secara *online*.

Mahasiswa adalah seorang yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet. Mahasiswa sebagai sasaran utama atau yang dijadikan sebagai objek karena sebagian pembeli *online* di Indonesia adalah mahasiswa. Konsumen *online shop* di Indonesia kebanyakan adalah dari kalangan mahasiswa.

Pola konsumsi mahasiswa, khususnya konsumsi barang bekas akhir-akhir ini mengalami peningkatan. Mahasiswa tertarik membeli produk bekas ini untuk mengikuti *trend* dan karena faktor harga lebih terjangkau dan barang masih bagus.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas menunjukkan pada tahun 2012 mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja *online* dengan angka sebesar 19,9%. Menurut Hasugian umumnya mahasiswa melakukan belanja *online* bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi

---

<sup>7</sup><http://Digilib.Mercubuana.Ac.Id/>, 2016, Di Akses Tanggal 07 Juni 2017

kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau perilaku konsumerisme. Praktek konsumtif dapat dianggap sebagai bagian aktifitas sosial yang *diferensiatif* (pembedaan sosial).<sup>8</sup>

Maraknya sosial media yang sangat mempengaruhi pola dan gaya hidup mahasiswa membuat mahasiswa memanfaatkannya untuk mencari atau membeli barang yang mereka inginkan baik yang baru maupun bekas dengan melalui aplikasi-aplikasi sosial media yang menjual barang bekas. Perkembangan gaya dan kebutuhan mahasiswa akan barang-barang elektronik atau barang lainnya sangatlah meningkat mereka sangat ingin mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan segera dan harga yang murah agar tidak ketinggalan dengan yang lainnya bagi sebagian mahasiswa. salah satunya adalah bagi Mahasiswa di Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.

Mahasiswa di Program Studi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI ini banyak sekali yang gemar berbelanja online seperti halnya berbelanja barang bekas di *online*, yang aktif (telah melakukan registrasi semester genap 2017-2018) adalah kurang lebih 400 Mahasiswa, kurang lebih 200 mahasiswa tergabung dalam grub jual beli barang bekas *online* dalam grub *facebook*, *instagram* dan sebagian memiliki aplikasi jual beli *online* di *handphone* mereka seperti shopee, Lazada, Tokopedia, BukaLapak dan masih banyak lagi terdapat lebih dari 200 mahasiswa memiliki aplikasi tersebut. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebageian besar mahasiswa Program Studi Ekonomi

---

<sup>8</sup> Riska Nur Diana Dan Sarmini, "Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa.....", 680



Syariah STAIN Kediri angkatan tahun 2014 lebih banyak mengikuti *update* dari *Online Shope* di bandingkan dengan angkatan tahun 2015 dan 2016, terutama mahasiswa angkatan tahun 2014 yang sebagian dari mereka menjadi anggota di grup situs penjualan barang bekas *online* di *facebook* karena mereka mengaku sering berbelanja *online* lantaran harganya yang murah kualitas masih bagus dan bisa di nego. Kebanyakan dari mereka yaitu berbelanja *handphone*, helm, laptop, tas, dan jam tangan yang sangat menunjang untuk membantu dalam kegiatan menjadi seorang mahasiswa, dan juga peralatan motor guna untuk memodifikasi motor mereka (bagi mahasiswa laki-laki). Selain itu peneliti memilih mahasiswa program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan tahun 2014 karena mahasiswa pada angkatan tahun 2014 ini telah menyelesaikan semua mata kuliahnya termasuk mata kuliah konsumsi islam yang pastinya telah di ketahui oleh mahasiswa ini.

Mahasiswa program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan tahun 2014 lebih *update* dalam hal berbelanja barang bekas *online* karena banyaknya mahasiswa ekonomi syariah di angkatan 2014 yang bergabung di grup situs penjualan barang bekas *online* di *facebook* seperti grup penjualan barang bekas Kediri terdapat sekitar 25 mahasiswa yang bergabung, ada juga grup situs penjualan barang bekas se-karisdenan Kediri (meliputi daerah Kediri, Nganjuk, Tulung Agung, dan Blitar) ada sekitar 20 mahasiswa yang bergabung, ada juga yang melalui sosial media *instagram* seperti akun *kinansecond* di akun tersebut menjual berbagai produk barang bekas diantaranya tas, baju, jilbab serta sepatu bekas terdapat 35 mahasiswa yang

*memfollow* akun tersebut, serta kebanyakan mahasiswa yang memiliki aplikasi jual beli online di handphone mereka seperti Shopee, Buka Lapak, Tokopedia dan lain-lain yang menawarkan gratis ongkir untuk wilayah tertentu. Dari data observasi tersebut mahasiswa angkatan 2014 lebih banyak yang bergabung atau mengikuti grup penjualan barang bekas *online* ketimbang diangkatan 2015 dan 2016 karena angkatan 2015 belum terlalu *up todate* soal jual beli *online*, begitu juga diangkatan 2016 yang masih belum tertarik dengan jual beli *online*.

Munculnya gaya yang *fashionable* pada kalangan remaja apalagi di IAIN KEDIRI yang mengharuskan mahasiswinya untuk tampil modis saat berkuliah mendorong para mahasiswa untuk tampil bergaya dengan gaya yang terbaru bagi mahasiswa perempuan, namun hal ini dapat menimbulkan sikap konsumtif dan dapat mempengaruhi sikap bergaya hanya untuk mengangkat popularitas mereka di kampus. Selain itu mahasiswa angkatan 2014 mengaku membeli barang bekas seperti *handphone*, baju, tas dan sepatu kebanyakan hanya untuk bergaya dan bukan merupakan kebutuhan pokok. Alasan mereka membelinya karena biasanya yang dijual di situs barang bekas *online* yaitu barang-barang yang masih bagus dengan kualitas dan merk ternama dan dijual dengan harga yang murah, namun disini yang menjadi masalah kebanyakan mereka menjadi hidup yang tidak sederhana yaitu membeli barang yang mereka sebenarnya sudah punya namun tetap membelinya karena merasa sudah bosan seperti halnya *handphone*. Dan juga pakaian bagi mahasiswi gonta ganti pakaian dengan model terbaru sudah hal

yang biasa hal ini juga menjurus pada sikap yang tidak sederhana dan untuk mendapatkan status sosial karena memakai barang yang sedang *trend*.

Dari fenomena yang didapatkan oleh peneliti melalui observasi dan wawancara terhadap mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri mengenai kebiasaannya melakukan pembelian barang bekas *online*, didapatkan bahwa mereka membeli karena ingin bergaya dengan harga murah dan barang masih bagus ada juga yang memang benar-benar membutuhkannya.

**Tabel 1**

**Hasil Wawancara Kepada Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2014  
Yang Termasuk Kedalam Indikator faktor pribadi konsumen**

<b>No.</b>	<b>Indikator</b>	<b>Total responden sebanyak 40 mahasiswa</b>	<b>Prosentase (%)</b>
1.	Membeli barang karena pengaruh lingkungan terdekat seperti satu kelompok atau organisasi	20	66%
2.	Membeli barang demi menjaga penampilan dan gengsi	15	50%
3.	Membeli barang atas pertimbangan harga	25	83%
4.	Membeli barang demi menjaga simbol status	16	53%
5.	Membeli karena gaya hidup	25	83%

Sumber : Observasi mahasiswa IAIN KEDIRI program studi Ekonomi syariah angkatan 2014.

Berdasarkan hasil wawancara diatas terdapat mahasiswa yang membeli barang karena pengaruh lingkungan terdekat seperti satu kelompok atau organisasi ada 66% dari 30 mahasiswa, membeli barang demi menjaga

penampilan dan gengsi ada 50% dari 30 mahasiswa, membeli barang atas pertimbangan harga ada 83% dari 30 mahasiswa, membeli barang demi menjaga simbol status ada 53% dari 30 mahasiswa, dan membeli karena gaya hidup ada 83% dari 30 mahasiswa mengarah ke perilaku konsumtif atau bergaya dan tidak mencerminkan sikap kesederhanaan.

Masalah yang kemudian muncul adalah mahasiswa ini sering kali kehabisan uang sakunya dan tabungannya untuk belanja *online*, akibatnya mereka sampai berhutang demi mendapatkan uang untuk belanja *online*. Persoalan-persoalan lain yang sering dihadapi oleh mahasiswa ketika berbelanja *online* adalah kebanyakan terkait dengan barang bekas yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang diposting serta cacatnya barang, lamanya waktu pengiriman, respon yang lambat dari pihak penjual dalam menanggapi order konsumen, dan ongkos kirim yang tergolong mahal serta ketidakjelasan saat melakukan COD.

Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal yang biasa atau lumrah pada kehidupan sehari-hari, selama membeli itu benar-benar ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau benar-benar dibutuhkan atau kebutuhan primer. Seperti contoh membeli *handphone* bekas. Namun yang akan menjadi permasalahan ketika dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut seseorang atau lebih khusus pada mahasiswa mengembangkan perilaku yang mengarah ke pola konsumtif dalam artian mahasiswa memenuhi kebutuhan mereka hanya ingin bergaya dan ini tidak mencerminkan sikap kesederhanaan, namun ada juga yang memenuhi kebutuhannya karena benar-benar membutuhkannya.

Secara sederhana, konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Konsumsi juga diartikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (*the use of goods and services in the satisfaction of human wants*). Menurut Yusuf al-Qardhawi, konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera.

Prinsip konsumsi islam yaitu pertama prinsip syariah yang harus memperhatikan tujuan konsumsi, memperhatikan kaidah ilmiah dan memperhatikan bentuk konsumsi, kedua prinsip syariah yaitu harus sederhana, sesuai antara pemasukan dan konsumsi, yang ke tiga adalah Prinsip prioritas yaitu Prioritas atau urutan konsumsi alokasi harta menurut syari'at Islam, dan yang ke empat adalah prinsip moralitas dalam berkonsumsi harus menjaga adab dan etika (tertib) yang disunahkan oleh Nabi Muhammad SAW.<sup>9</sup>

Pembelian barang bekas secara *online* dikalangan mahasiswa memang sudah menjadi kegiatan konsumsi yang biasa dilakukan. Fenomena-fenomena yang terjadi adalah banyak mahasiswa yang membeli hanya untuk memuaskan diri mereka untuk bergaya dan ada juga membelinya karna memang benar-benar membutuhkannya, dalam hal ini apakah sesuai dengan prinsip konsumsi islam yang mementingkan konsep kemaslahatan serta kesederhanaan. Serta melarang perilaku *israf* (berlebihan atau boros) dan lebih mementingkan kebutuhan (*maslahah*) dari pada keinginan. Hal inilah yang mendorong penulis untuk dilakukannya penelitian yang berjudul **“ANALISIS PERILAKU**

---

<sup>9</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012),. 93-99

**KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BARANG BEKAS *ONLINE*  
DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM (Studi Kasus  
Mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah angkatan Tahun 2014)”**

**B. Fokus Penelitian.**

Berdasarkan uraian dari konteks penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat di tarik suatu permasalahan yang akan di kaji lebih mendalam pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI dalam berbelanja barang bekas *online* ?
2. Bagaimana Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI dalam berbelanja barang bekas *online* ditinjau dari prinsip konsumsi islam ?

**C. Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan uraian dari konteks penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat di tarik suatu permasalahan yang akan di kaji lebih mendalam pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk Mengetahui Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI dalam berbelanja barang bekas *online*.
2. Untuk Mengetahui Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI dalam berbelanja barang bekas *online* ditinjau dari prinsip konsumsi islam.

#### **D. Kegunaan Penelitian.**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi segi teoritis maupun praktisnya sebagai berikut :

1. Secara Teoritis.

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai analisis perilaku konsumen dalam belanja barang bekas *online* ditinjau dari prinsip konsumsi islam pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI.

2. Secara praktis.

a. Bagi lembaga pendidikan.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa lainnya.

b. Bagi peneliti.

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah di bidang Ekonomi islam yang berhubungan tentang kegiatan konsumsi barang bekas *online* ditinjau dari prinsip konsumsi islam.

c. Bagi masyarakat.

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan motivasi masyarakat maupun kalangan mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi barang bekas online sesuai dengan prinsip konsumsi islam.

d. Bagi pembaca.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi untuk menambah wawasan keilmuan yang terkait

dengan ekonomi islam terutama analisis perilaku konsumen belanja barang bekas *online* ditinjau dari prinsip konsumsi islam.

#### **E. Telaah Pustaka.**

1. Penelitian sebelumnya mengenai perilaku konsumen Yang di jadikan landasan dasar penulis untuk penelitian ini yaitu skripsi yang berjudul “ analisis perilaku konsumen dalam membeli makanan dan minuman instan (studi pada aktivis PMII Kediri), oleh Zainur Rahman.

Penelitian tersebut berisi tentang pola perilaku konsumsi aktivis PMII Kediri terhadap makanan dan minuman instan cukup sering yakni 80% dan menghabiskan uang kurang lebih antara Rp. 50.000., sampai dengan Rp.100.000., dan faktor-faktor yang mempengaruhi aktivis PMII Kediri dalam mengkonsumsi makanan dan minuman instan ini adalah harga, rasa, kesehatan, praktis, halal haram, kebiasaan dan iklan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi ini dilakukan bukan hanya untuk kebutuhan namun juga untuk memenuhi keinginan.

Letak perbedaan penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu objek dan tempat, objek penelitian sebelumnya yaitu fokus pada konsumen makanan dan minuman instan yaitu aktivis PMII Kediri yang merupakan suatu anggota organisasi. Sedangkan penelitian selanjutnya pada konsumen mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI, yaitu konsumen atau pelanggan barang bekas *online*. Tentunya akan mempunyai situasi dan karakter konsumen yang berbeda.



2. Penelitian sebelumnya mengenai prinsip konsumsi islam yang di jadikan landasan dasar penulis untuk penelitian ini yaitu skripsi yang berjudul “ Prinsip Konsumsi Islam Berbasis Nilai Materil dan Spiritual (Analisis Konsep M. Abdul Manan dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia)” oleh Zuliana.

Penelitian tersebut berisi tentang keadaan konsumsi masyarakat Indonesia kemudian di terapkan dengan prinsip konsumsi islam yaitu menurut M. Abdul Manan yaitu perintah islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip yaitu :1. Keadilan, 2. Kebersihan, 3. Kesederhanaan, 4. Kemurahan Hati, 5. Prinsip Moralitas. Kelima prinsip ini pegangan dalam aktivitas kegiatan konsumsi. Pendapat Manan dan pendapat tokoh lain dihubungkan dan memiliki kesamaan walaupun berbeda dalam aspek skala prioritas. Pada prinsipnya konsep Manan sudah diterapkan di Indonesia melalui kebijakan pemerintah seperti sudah adanya perlindungan yang mengatur masalah perdagangan dan sudah ada departemen yang mengawasi peredaran atau distribusi barang.

Letak perbedaan penelitian penulis dengan penulis sebelumnya yaitu objek dan tempat, objek penelitian sebelumnya yaitu fokus pada keadaan konsumsi di Indonesia dengan prinsip konsumsi islam dengan landasan konsep M. Manan. Sedangkan penelitian selanjutnya pada konsumen mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN KEDIRI yaitu konsumen atau pelanggan barang bekas *online* ditinjau dari prinsip konsumsi islam. Tentunya akan mempunyai situasi yang berbeda.

3. Penelitian sebelumnya mengenai perilaku berbelanja online oleh Chacha Andira Sari yaitu jurnal dengan judul “Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga”, Antropologi FISIP Universitas Airlangga, Vol.IV/No.2/Juli 2015. Yang di jadikan landasan dasar penulis untuk penelitian ini.
3. Penelitian sebelumnya mengenai perilaku berbelanja online oleh Chacha Andira Sari yaitu jurnal dengan judul “Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga”, Antropologi FISIP Universitas Airlangga, Vol.IV/No.2/Juli 2015. Yang di jadikan landasan dasar penulis untuk penelitian ini.

Penelitian tersebut berisi tentang pola perilaku konsumtif saat berbelanja online di kalangan mahasiswi, yaitu perilaku belanja yang tidak wajar yaitu rata-rata sebulan sekali dan menghabiskan dana mulai dari Rp. 45.000., dimana jenis kosmetik yang dapat diperoleh misalnya eyeliner, lipstik biasa tanpa glow dan lainnya. Harga tersebut tidak terbatas hingga mencapai Rp 500.000,-serta rela menghabiskan uang saku satu bulan untuk sekedar membeli barang yang dijual pada online shop berupa barang-barang penunjang penampilan, bukan untuk barang-barang penunjang kuliah mereka yaitu baju, kosmetik, makanan, aksesoris, sepatu handmade, jilbab, celana dan tas. Pola perilaku konsumtif di Kalangan Mahasiswi Antropologi FISIP UNAIR berawal dari diperolehnya stimulus akan produk-produk online shop yang kebanyakan diperoleh dari media sosial yang paling banyak adalah instagram. Ketika mahasiswi tersebut berminat dengan produk tersebut, disinilai telah

terjadi proses kognitif dalam diri mahasiswi. Melalui proses kognitif inilah pada akhirnya akan terjadi keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan sekarang yaitu sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen mahasiswa mengenai perilaku konsumen berbelanja secara online. Letak perbedaan penelitian penulis sekarang dengan penulis sebelumnya yaitu objek, tempat penelitian dan tinjauan . Penelitian sebelumnya fokus pada konsumen kosmetik secara umum yaitu mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga sedangkan penelitian selanjutnya pada konsumen muslim yang melakukan pembelian barang bekas secara online yaitu mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri. Penelitian sebelumnya tidak ada tinjauan secara islami sedangkan penelitian selanjutnya ini menggunakan tinjauan yaitu Prinsip konsumsi islam.