

Perilaku Konsumsi Santri Milenial dalam Perspektif Ekonomi Islam

Gabriele Lailatul Muharromah, Lilik Rahmawati, Ani Lutfiyah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya

Email: 02040321012@student.uinsby.ac.id

Abstrak,

Kebiasaan untuk berbelanja online juga menarik perhatian santri milenial. Santri Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry (PPJA) yang termasuk santri milenial juga sering melakukan kegiatan konsumsi dengan berbelanja di marketplace. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti perilaku konsumsi santri milenial yakni santriwan dan santriwati Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian mengenai perilaku konsumsi dikaitkan dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif, data primer yang didapatkan dengan metode wawancara yang dilakukan pada santri PPJA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi santri milenial PPJA telah sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam.

Kata kunci: Konsumsi Islami, Perilaku, Santri Milenial

Abstract,

The habit of shopping online also attracts the attention of millennial students. The students of the Jagad 'Alimussirry Islamic Boarding School (PPJA), which includes millennial students, also often carry out consumption activities by shopping in the marketplace. This study aims to examine the consumption behavior of millennial students, namely students and students of the Jagad 'Alimussirry Islamic Boarding School from the perspective of Islamic economics. Research on consumer behavior is associated with the principles of consumption in Islam. The research method used is a qualitative approach, primary data obtained by interviewing the PPJA students. The results showed that the consumption behavior of PPJA millennial students was in accordance with the consumption principles in Islamic economics.

Keywords: *Islamic Consumption, Behavior, Millennial Students*

PENDAHULUAN

Revolusi industri yang terjadi membawa perubahan teknologi secara global. Hingga saat ini masuk pada era industri 4.0, yang mana teknologi digital mengalami perkembangan pesat. Adanya perubahan menuju era digital ini memberikan dampak pada perubahan gaya hidup. Jika dahulu komputer, laptop, ponsel dan internet hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi, kini melalui ponsel pun bisa dimanfaatkan selain untuk keperluan komunikasi seperti bekerja, berbelanja, belajar dan lain sebagainya. Perubahan gaya hidup tersebut semakin menguat juga diakibatkan adanya pandemi penyakit virus COVID-19 yang menjangkit ke seluruh negara di dunia. Dampak dari pandemi tersebut mengharuskan manusia untuk mengurangi aktivitasnya yang dilakukan di luar rumah, sebagai antisipasi dalam mengurangi penyebaran virus. Pembatasan aktivitas tersebut membuat perubahan pada perilaku konsumsi seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Perubahan konsumsi tersebut salah satunya yakni sekarang banyak orang yang belanja di e-commerce baik itu melalui market place seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli ataupun melalui online shop di media sosial instagram atau facebook. Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2019 diketahui bahwa terdapat 116 juta pengguna internet di Indonesia dan sekitar 13 persennya atau 15 juta penduduk gemar berbelanja secara daring. Pengguna internet dan pelanggan belanja secara daring didominasi oleh generasi milenial, dari 47 juta milenial pengguna internet, sebanyak 17 persen atau sekitar 7,8 juta gemar membeli kebutuhan barang atau jasa melalui e-commerce (Islahuddin & Syaifudin, 2020). Generasi milenial merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000, yang mana pada waktu itu terjadi pesatnya kemajuan teknologi (Hidayatullah et al., 2000). Pada dunia pesantren juga dikenal istilah santri milenial atau santri zaman now, menurut Nasrullah Nurdin mereka adalah santri yang lahir antara awal 1980-an hingga awal 2000-an yang saat ini berusia sekitar 21 hingga 40 tahun. Santri milenial merupakan generasi yang mempelajari ajaran agama Islam serta menguasai teknologi informasi dan digitalisasi, menyukai kebebasan dan melakukan personalia, menggantungkan kecepatan informasi yang instan, gemar belajar dan bekerja di lingkungan inovatif, berpikir kritis, gemar menggunakan sosial media dan sangat bergantung pada internet (Margianto, 2020).

Pondok Pesantren Mahasiswa Jagad 'Alimussirry merupakan salah satu pondok pesantren di Surabaya yang mayoritas santrinya merupakan santri milenial. Hal ini dikarenakan santri yang mondok banyak dari kalangan mahasiswa dan pekerja. Berdasarkan survei prapenelitian yang dilakukan pada 25 santri, hasil survei menunjukkan bahwa 25 santri tersebut pernah melakukan transaksi atau berbelanja di marketplace dan terdapat 13 orang santri yang sudah melakukan transaksi lebih dari 10 kali. Sebagai seorang santri yang mempelajari ilmu agama dan telah belajar tentang konsumsi dalam Islam hendaknya mengamalkan ilmu yang telah didapatkan. Konsumsi dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia saja akan tetapi juga bertujuan untuk kemaslahatan menuju akhirat. Konsumsi dalam Islam juga terdapat prinsip-prinsip konsumsi yakni prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, prinsip sosial, kaidah lingkungan dan tidak meniru atau mengikuti perbuatan yang tidak beretika.

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan mengenai konsumsi dalam Islam yang kaitannya dengan santri dan generasi milenial. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Corrina dan Cahyono (2019) dengan judul Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millennial terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf : Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga. Pada penelitian tersebut mengacu pada prinsip konsumsi menurut Monzer Kahf

yakni prinsip rasionalisme, prinsip keseimbangan konsumsi, konsep Islam tentang barang dan etika konsumsi Islam. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Mutholibin, Handoyo, & Robbi (2018) yang berjudul *Perilaku Konsumsi Santri al-Jihad Surabaya Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan sifat konsumsi yang dilakukan oleh santri putra dan putri yang tetap mengacu pada nilai konsumsi ekonomi Islam. Ketiga, penelitian yang dilakukan Qamaruddin (2020) dengan judul *Perilaku Konsumsi Mahasiswa-Santri Pondok Pesantren Mahasiswa UII dan Pondok Pesantren Mahasiswa Pandanaran Komplek IV Yogyakarta*. Penelitian menggunakan studi komparatif membandingkan konsumsi yang dilakukan oleh santri di kedua pondok pesantren dan mengacu pada prinsip ekonomi Islam dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, karena itu penelitian ini akan meneliti tentang perilaku konsumsi yang dilakukan oleh santri milenial di Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry dalam berbelanja melalui marketplace dikaitkan dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Maka dari latar belakang tersebut peneliti akan menjelaskan bagaimana perilaku konsumsi santri milenial dalam perspektif ekonomi Islam. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi santri milenial dalam perspektif ekonomi Islam.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsumsi dalam Islam

Menurut Imam al-Ghazali konsumsi merupakan aktivitas penggunaan barang atau jasa sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan yang harus sesuai dengan etika atau syariah Islam dengan tujuan untuk mencapai kemaslahatan menuju akhirat (Sakti, 2018). Jadi dalam melakukan kegiatan konsumsi bukan hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dunia saja, akan tetapi juga memikirkan kemaslahatan untuk kehidupan nanti di akhirat sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Salah satu contoh sederhananya, kita makan makanan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, akan tetapi kita makan dengan tujuan untuk tetap bisa hidup dan kuat untuk beribadah. Tentunya dalam memilih makanan yang akan kita makan harus makanan yang halal dan baik. Ayat-ayat dalam al-Qur'an yang menjelaskan tentang konsumsi dapat diambil dari kata kullu dan isyrabu yang berarti makan dan minumlah terdapat 21 kali. Jumlah tersebut belum termasuk derivasi dari akar kata akala dan syaraba yang berjumlah 27 kali (Furqon, 2018). Selain itu juga terdapat ayat al-Qur'an, Hadits, Ijma' dan Qiyas yang menjelaskan tentang konsumsi dalam hal lainnya. Salah satunya terdapat pada al Quran surat al A'raf ayat 31.

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡنَكَم مِّنۡ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا وَلَا تُسْرِفُوۡا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya:

Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. (QS. Al-A'raf/7:31)

Prinsip-prinsip Konsumsi Islam

Kegiatan konsumsi dalam Islam, senantiasa memperhatikan ketentuan kaidah dan hukum syariat yang mengatur konsumsi yakni bersumber pada al-Quran, Hadits, Ijma' dan Qiyas untuk mencapai kebermanfaatan konsumsi yang seoptimal mungkin yakni kemaslahatan dan membendung penyelewengan dari kebenaran yang akan membawa

dampak yang tidak baik bagi diri sendiri atau orang lain. Menurut al-Haritsi terdapat kaidah atau prinsip dasar dalam konsumsi Islami antara lain (Pujiyono, 2006) :

1. Prinsip Syariah yaitu dalam melakukan kegiatan konsumsi harus sesuai dengan ketentuan syariat.
 - a. Prinsip akidah, kegiatan konsumsi pada hakikatnya dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga apa saja yang dilakukan senantiasa berada dalam pengawasan-Nya dan nantinya akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah SWT.
 - b. Prinsip Ilmu, dalam melakukan kegiatan konsumsi hendaknya mengetahui hukum yang berkaitan dengannya, yakni melihat hukum barang yang dikonsumsi halal atau haram serta proses produksi maupun tujuan yang diinginkan dari kegiatan konsumsi.
 - c. Prinsip Amaliah, prinsip ini merupakan aktualisasi tindakan yang dilakukan sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islami.
2. Prinsip Kuantitas, batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam
 - a. Sederhana, tidak berlebihan ketika melakukan kegiatan konsumsi.
 - b. Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, kegiatan konsumsi yang dilakukan sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki.
 - c. Menabung/investasi, kekayaan yang dimiliki tidak hanya dihabiskan untuk kegiatan konsumsi, tetapi juga disimpan atau ditabung untuk persiapan kebutuhan yang akan datang.
3. Prinsip Prioritas, dalam melakukan kegiatan konsumsi perlu memperhatikan urutan kepentingan yang diprioritaskan.
 - a. Primer, konsumsi dasar yang harus dipenuhi untuk menunjang kehidupan manusia
 - b. Sekunder, konsumsi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik.
 - c. Tersier, konsumsi yang dilakukan jika kebutuhan primer dan sekunder telah dipenuhi.
4. Prinsip Sosial, dalam kegiatan konsumsi tetap memperhatikan lingkungan sosial
 - a. Kepentingan umat, saling tolong menolong dalam kegiatan konsumsi
 - b. Keteladanan, memberikan tauladan atau contoh yang baik dalam melakukan kegiatan konsumsi
 - c. Tidak membahayakan orang lain, dalam melakukan kegiatan konsumsi tidak memberikan dampak yang buruk bagi orang lain.
5. Kaidah Lingkungan, dalam melakukan kegiatan konsumsi juga tetap memperhatikan kondisi lingkungan, yakni dampak bagi sumber daya alam.
6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak beretika, dalam melakukan kegiatan konsumsi tidak diiringi dengan tujuan untuk pamer dan bermewah-mewahan.

Kepuasan dan Rasionalitas Konsumen Muslim

Rasionalitas merupakan proses memaksimalkan kepuasan, sedangkan morality adalah proses memaksimalkan kepuasan dengan batasan tertentu. Dalam ekonomi Islam batasan dalam proses memaksimalkan kepuasan tetap harus mempertimbangkan kaidah-kaidah syariah, pendekatan ini dibangun atas dua landasan, yaitu (Karim, 2014) :

1. Hadits

عَنْ أَنَسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ بِقَوْمٍ يُلْقِحُونَ فَقَالَ «لَوْ لَمْ تَفْعَلُوا لَصَلَحَ» . قَالَ فَخَرَجَ شَيْبًا فَمَرَّ بِهِمْ فَقَالَ «مَا لِنَخْلِكُمْ» . قَالُوا قُلْتِ كَذَا وَكَذَا قَالَ «أَنْتُمْ أَغْلَمُ بِأَمْرِ دُنْيَاكُمْ

Artinya:

“Dari Anas bin Malik, Nabi SAW melewati suatu kaum yang sedang melakukan talqih (menyerbukkan bunga kurma). Lalu beliau berkata: seharusnya jangan dilakukan, biar hasilnya lebih baik. Namun, lalu hasil panen mereka itu buruk hasilnya. Ketika Nabi SAW melewati mereka lagi, beliau pun bertanya: Mengapa hasil panen kurma kalian buruk? Mereka pun menjawab karena ini dan itu. Lalu Rasulullah SAW bersabda: kalian lebih mengerti urusan dunia kalian”.

2. Kaidah Fiqh

عَلَى التَّحْرِيمِهَا الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ إِلَّا بَاحَةَ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ

Pada dasarnya semua praktek muamalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Pandangan ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam memandang rasionalitas memiliki perbedaan, yakni pada pandangan ekonomi konvensional manusia yang rasional adalah manusia yang dapat memenuhi keinginannya yang bersifat materi. Namun berbeda dengan pandangan ekonomi Islam, dimana manusia yang rasional ialah yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Dita Afrina rasionalitas dalam perilaku konsumsi secara perspektif Islam yakni (Afrina & Achiria, 2019) :

1. Dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan
2. Tidak hanya berorientasi di dunia saja tetapi juga untuk keperluan akhirat
3. Mengonsumsi hal-hal yang bersifat halal dan thayib
4. Tidak menimbun harta

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Data yang digunakan yakni data primer, pengambilan data dengan wawancara yang dilakukan pada santri Pondok Pesantren Jagad ‘Alimussirry. Santri yang dijadikan informan yakni santri yang termasuk santri milenial yang sering berbelanja online melalui marketplace. Wawancara yang dilakukan menggunakan wawancara semistruktur, dimana pada saat wawancara peneliti memiliki kebebasan namun tetap sesuai dengan pedoman wawancara. Jumlah santri yang menjadi informan terdapat enam santri, yakni tiga santriwan dan tiga santriwati. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pondok Pesantren Jagad ‘Alimussirry atau biasa disebut PPJA merupakan salah satu pondok pesantren mahasiswa di Kota Surabaya. PPJA ini memiliki tiga lokasi pondok yang berdekatan yakni Pondok Putra (PPJA I) berlokasi di Jl. Jetis Agraria I No. 20 Surabaya, Pondok Putri (PPJA II) berlokasi di Jl. Jetis Kulon VI No. 16A Surabaya dan Kantor (PPJA III) bertempat di Jl. Ketintang Timur PTT VB No 3-4 Surabaya (‘Alimussirry, 2016). Berdasarkan pendapat Nasrullah Nurdin yang menyatakan santri milenial adalah santri yang lahir antara awal tahun 1980-an hingga awal tahun 2000-an yang saat ini berusia sekitar 21 hingga 40

tahun. Sehingga mayoritas santri yang bermukim di PPJA termasuk kedalam golongan santri milenial, hal ini dikarenakan mayoritas santri banyak yang merupakan seorang mahasiswa yang lahir di awal tahun 2000-an. Santri PPJA banyak yang sedang mengenyam pendidikan di Universitas Negeri Surabaya (UNESA), namun juga terdapat beberapa santri yang kuliah di universitas lain disekitar PPJA dan terdapat pula santri yang sudah lulus dan bekerja, akan tetapi tetap mondok di PPJA. Sebagai pondok pesantren mahasiswa, tentunya PPJA berbeda dengan pondok pesantren salaf pada umumnya, terdapat peraturan yang berbeda dan tidak seketat pondok pesantren yang dikhususkan untuk siswa.

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai tiga santriwan dan tiga santriwati PPJA tentang perilaku konsumsi mereka sebagai santri milenial dalam berbelanja melalui marketplace. Perilaku konsumsi tersebut dikaitkan dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam menurut al-Haritsi yaitu

1. Prinsip Syariah

a. Prinsip akidah

Prinsip akidah, yaitu kaitannya dengan hakikat dari kegiatan konsumsi adalah sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Sebagai khalifah di muka bumi ini nantinya manusia akan dimintai pertanggung jawaban di akhirat kelak. Tujuan konsumsi yakni untuk memenuhi kebutuhan, karena manusia membutuhkan sesuatu untuk menunjang kehidupannya. Allah SWT berfirman :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya:

Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku". (QS. Az-Zariyat/51:56)

Berdasarkan ayat tersebut Allah SWT menciptakan manusia bertujuan agar manusia beribadah kepada Allah SWT. Sehingga dalam melakukan kegiatan konsumsi yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia agar tetap mampu untuk bertahan hidup dan tujuan manusia hidup yakni untuk beribadah kepada Allah SWT. Prinsip konsumsi dalam Islam yang pertama yakni memahami hakikat tujuan dari melakukan kegiatan konsumsi hanya untuk beribadah kepada Allah SWT. sehingga dalam melakukan kegiatan konsumsi hendaknya diniatkan untuk ibadah.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya:

Katakanlah (Nabi Muhammad), "Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam". (QS. Al-An'am/6:162)

Hasil penelitian yang dilakukan pada santri PPJA diketahui bahwa semua informan melakukan kegiatan konsumsi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta memenuhi keinginannya. Salah satunya melalui berbelanja di marketplace, kebanyakan barang yang dibeli informan adalah barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari. Namun dalam melakukan kegiatan konsumsi, informan belum sadar secara langsung bahwa tujuan dari kegiatan konsumsi pada intinya untuk beribadah kepada Allah SWT.

b. Prinsip Ilmu

Dalam melakukan kegiatan konsumsi hendaklah mengetahui barang apa saja yang boleh dikonsumsi. Oleh karena itu perlu memperhatikan halal haramnya barang baik itu secara zatnya, cara mendapatkannya atau tujuannya. Ketentuan mengenai

hal tersebut telah dijelaskan dalam Al Qur'an, salah satunya pada surat al-Maidah ayat 3

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْوَاجِ لَكُمْ فِيهِ فِسْقٌ

Artinya:

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih. (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala. (Demikian pula) mengundi nasib dengan azlām (anak panah) (karena) itu suatu perbuatan fasik”. (Al-Ma'idah/5:3)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui semua informan telah mengetahui mengenai dasar-dasar hukum dalam melakukan kegiatan konsumsi yakni menghindari mengkonsumsi barang yang haram, karena akan memberikan dampak yang buruk. Karena sebagai seorang santri hendaklan mengetahui apa saja sesuatu yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh untuk dikonsumsi.

c. Prinsip amaliah

Prinsip ini merupakan aktualisasi atau implementasi dari kedua prinsip sebelumnya yakni menerapkan apa yang telah diketahuinya dalam melakukan kegiatan konsumsi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui semua informan telah mengetahui dasar-dasar hukum mengenai konsumsi. Semua informan juga menerapkan dalam melakukan aktivitas berbelanja di marketplace dengan melihat deskripsi barang secara rinci sebelum membeli dan melihat label halal pada keterangan produk. Selain memperhatikan label halal resmi dari MUI (Majelis Ulama Indonesia), informan juga memperhatikan keamanan produk dengan melihat lulus uji produk dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

2. Prinsip Kuantitas

a. Sederhana

Dalam kegiatan konsumsi hendaklah tidak berlebih-lebihan, sesuai dengan kadarnya tidak terlalu boros dan tidak terlalu pelit. Allah SWT berfirman :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

“Dan, orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. Dan adalah (pembelanjaan itu adalah pertengahan antara keduanya”. (QS. Al-Furqan/25:67)

Hasil penelitian diketahui bahwa semua informan dalam melakukan kegiatan konsumsi telah melakukan prinsip sederhana. Hal tersebut dapat diketahui setiap informan hanya membeli produk ketika ada yang dibutuhkan atau ingin dibeli. Meskipun setiap bulannya terdapat promo yang ditawarkan atau diskon produk, jika tidak ada produk yang butuh atau ingin dibeli, maka informan mengabaikan promo tersebut. Sehingga dalam belanja tidak boros hanya karena tertarik dengan banyaknya promo yang ditawarkan oleh pihak marketplace.

b. Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran

Setiap ingin melakukan kegiatan konsumsi sebaiknya memperhatikan jumlah pendapatan atau uang yang dimiliki, sehingga tidak sampai pengeluaran yang

digunakan untuk konsumsi lebih banyak dari pada pendapat yang diterima, bagaikan kata pepatah lebih besar pasak dari pada tiang. Hasil penelitian ini diketahui bahwa semua informan telah memenuhi prinsip ini. Hal ini dikarenakan setiap informan telah bijaksana dalam mengeluarkan uangnya untuk berbelanja di marketplace. Salah satunya yakni menentukan target biaya yang diperlukan untuk belanja kebutuhan, sehingga tidak sampai kehabisan uang atau berhutang hanya untuk berbelanja di marketplace.

c. Menabung dan investasi

Selain untuk kegiatan konsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, perlu juga pendapatan yang diterima ditabung atau diinvestasikan. Menabung diperlukan supaya digunakan untuk berjaga-jaga apabila ada keperluan yang mendesak membutuhkan biaya pada masa yang akan datang. Menabung jika dikaitkan dalam ekonomi Islam tidak hanya menabung secara material di dunia tetapi juga menabung amal untuk kehidupan di akhirat. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, hampir semua informan setiap bulannya menyisihkan uang untuk ditabungkan. Namun terdapat dua informan yang masih belum menyisihkan uangnya untuk ditabung. Akan tetapi semua informan telah menyisihkan uangnya digunakan untuk bersedekah. Semua informan yang berasal dari santriwan, memiliki kebiasaan bersedekah pada hari jum'at di masjid, bertepatan dengan pelaksanaan sholat jum'at. Jadi pendapatan yang dimiliki oleh setiap informan tidak hanya digunakan untuk berbelanja atau melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga disisihkan untuk yang lainnya.

3. Prinsip prioritas

Kegiatan konsumsi dilakukan dengan mengetahui prioritas kebutuhan yang perlu untuk dicukupi. Kebutuhan sendiri terdapat tiga macam primer, sekunder dan tersier. Terdapat kesamaan dengan pendapat Imam al-Ghazali yakni kebutuhan dharuriyyah, haajiyyah dan tahsiniyyah. Kebutuhan yang wajib dipenuhi adalah kebutuhan primer. Jika kebutuhan primer telah tercukupi, setelah itu memenuhi kebutuhan sekunder, baru kemudian jika memungkinkan dan dibutuhkan memenuhi kebutuhan tersier. Hasil penelitian diketahui bahwa semua informan telah memprioritaskan untuk memenuhi kebutuhannya terlebih dahulu baru setelah itu keinginan. Salah satunya informan yang melihat target kebutuhannya telah tercukupi semua, jika terdapat sisa uang maka dibelikan untuk membeli produk yang diinginkan. Kemudian juga ada informan yang ingin membeli kerudung, namun dikarenakan sudah memiliki kerudung dengan warna yang sama namun dengan kualitas yang berbeda, keinginan untuk membelinya diurungkan, karena lebih memilih membeli produk yang lebih dibutuhkan. Semua informan sering membeli lewat marketplace, dikarenakan harga yang ditawarkan lebih murah, sehingga dimanfaatkan untuk membeli produk untuk keperluan sehari-hari seperti sabun cuci, sabun mandi dan lain sebagainya. Karena mendapat harga yang lebih murah, sisa uang untuk membeli kebutuhan bisa ditabung atau membeli barang yang diinginkan.

4. Prinsip Sosial

Pada prinsip sosial ini terdapat tiga bagian yakni kepentingan umat, keteladanan dan tidak membahayakan orang lain. Prinsip konsumsi dalam Islam juga memperhatikan lingkungan sosial, jadi tidak ada pihak ada yang merasa dirugikan dalam kegiatan konsumsi tersebut. Jika dalam kegiatan konsumsi berbelanja di marketplace, maka bisa dikaitkan dengan cara pembeli berkomunikasi dengan pemilik toko di marketplace. Hasil penelitian diketahui bahwa semua informan telah berkomunikasi dengan baik dengan pemilik toko. Hal tersebut dapat dilihat dari cara informan bertanya kepada pemilik toko dan cara informan berkomentar mengenai produk yang telah diterima. Informan memberikan komentar sesuai dengan kondisi seperti kualitas barang, respon pemilik toko, kecepatan pengemasan dan pengantaran paket. Dengan berkomentar yang baik di kolom komentar toko, bisa menjadi referensi bagi para calon pembeli lain yang akan membeli produk di toko tersebut. Jika ingin komplain juga dengan cara yang baik sehingga tidak menyebabkan reputasi toko buruk bagi pembeli lainnya.

5. Kaidah lingkungan

Pada prinsip konsumsi dalam Islam juga terdapat kaidah lingkungan, yakni dalam kegiatan konsumsi tetap memperhatikan lingkungan, salah satunya seperti membuang sampah bungkus barang pada tempatnya atau bisa didaur ulang. Hasil penelitian diketahui bahwa semua informan telah menerapkan prinsip kaidah lingkungan dalam kegiatan konsumsi mereka. Hal tersebut dapat diketahui dari perilaku yang mereka lakukan setelah menerima produk yang dipesan, lalu membuang sampah bungkusnya ditempat sampah. Serta ada satu informan yang memanfaatkan bungkus tersebut jika masih layak bisa digunakan untuk mengirim barang ke rumahnya, karena rumahnya jauh dari pondok. Jika sudah tidak layak pakai baru dibuang ke tempat sampah. Terdapat pula informan yang menggunakan kardus bekas bungkus paket dijadikan sebagai wadah buku.

6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan yang tidak beretika

Salah satu perbuatan yang buruk dalam kegiatan konsumsi yang biasanya orang lakukan adalah pamer, menunjukkan dengan sombong barang mahal yang telah dibeli. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, terdapat informan yang menunjukkan barang yang dibeli di marketplace kepada teman, namun tidak bertujuan untuk pamer akan tetapi bertujuan untuk merekomendasikan kepada teman barang yang menurut mereka memiliki kualitas yang baik. Terdapat pula informan yang tidak menunjukkan barang yang dibeli kepada temannya.

KESIMPULAN

Perilaku konsumsi santri milenial yakni santri Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry (PPJA) telah sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam, hal ini dapat diketahui dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Mulai dari prinsip syariah, santri telah menerapkan ilmu yang didapatkan mengenai ketentuan syariat Islam tentang memilih barang yang akan dikonsumsi pada saat berbelanja di marketplace dengan melihat deskripsi produk, hasil uji BPOM dan label halal MUI. Prinsip yang kedua prinsip kuantitas, santri PPJA dalam berbelanja di marketplace tidak berlebihan dan juga menyisihkan uangnya untuk menabung

dan bersedekah. Ketiga prinsip prioritas, santri PPJA telah mampu membedakan prioritas kebutuhan yang akan dipenuhi terlebih dahulu. Dalam berbelanja di marketplace, santri PPJA berkomunikasi dengan baik dengan pemilik toko dan berkomentar dengan cara yang pantas dan baik, hal tersebut sudah sesuai dengan prinsip keempat yakni prinsip sosial. Prinsip kaidah lingkungan, setelah menerima dan membuka produk yang dipesan santri PPJA membuang bungkus kemasan produk di tempat sampah, terdapat juga yang digunakan kembali jika masih layak. Prinsip yang terakhir tidak meniru atau mengikuti perbuatan yang tidak beretika, salah satunya pamer. Santri PPJA tidak memamerkan produk yang telah dibeli di marketplace dengan alasan riya'. Akan tetapi dengan niatan untuk merekomendasikan barang kepada temannya.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Alimussirry, J. (2016). Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry. Retrieved from Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry website: <https://jagadalimussirry.com/>
- Afrina, D., & Achiria, S. (2019). Rasionalitas Muslim terhadap Perilaku Israf dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 23–38.
- Corinna, A. N., & Cahyono, E. F. (2019). Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf: Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(2), 319–330.
- Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syari'ah*, 06, 1–18.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & Pw, P. M. (2000). *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. 240–249.
- Islahuddin, & Syaifudin, N. (2020). Pasar e-commerce Terbesar Indonesia dari Milenial. Retrieved from lokadata website: <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>
- Karim, A. (2014). *Ekonomi Mikro Islam* (5th ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Margianto, H. (2020). Panggilan Baru Santri Millenial. Retrieved from Kompas website: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/26/143354065/panggilan-baru-santri-millenial?page=all>
- Mutholibin, K., Handoyo, B. Y., & Robbi, A. (2018). Perilaku Konsumsi Santri Al Jihad Surabaya Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Bisni Islam Maliyah*, 08, 45–64.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 3(2), 196–207.
- Qamaruddin, M. (2020). Perilaku Konsumsi Mahasiswa-Santri Pondok Pesantren Mahasiswa UII dan Pondok Pesantren Mahasiswa Pandanaran Komplek IV Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah Iqtishodia*, 5(1), 7–15.
- Sakti, D. A. P. (2018). Identifikasi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).