

PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA UIN BUKITTINGGI DALAM DUNIA DIGITAL DITINJAU DARI TEORI KONSUMSI ISLAM

¹Desma Handayani, ²Muhammad Taufiq

^{1,2}UIN Syech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email: handayanidesma3@gmail.com, taufiqmhd76@gmail.com²

Abstrak

Tulisan ini membahas tentang perilaku konsumsi mahasiswa dalam dunia digital ditinjau dari teori konsumsi Islam? Bagaimana anjuran dalam Islam tentang perilaku konsumsi? Serta, bagaimana analisis perilaku konsumsi mahasiswa dalam Islam. Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan dalam tulisan ini, maka dapat diperoleh kesimpulan, yaitu sebagai berikut. Makanan halal adalah makanan yang sesuai diajarkan dalam syariat Islam yaitu halalan thiyiban (halal dan baik) setiap makanan halal pasti akan baik namun sebaliknya makanan yang baik belum tentu halal, maka dari itu agar umat Islam terhindar dari mengkonsumsi makanan yang haram, maka seharusnya umat Islam selalu kritis dalam memilihnya. Sebaliknya makanan Haram itu adalah makanan yang dilarang dalam ajaran Islam dan biasanya Allah Mengharamkan sesuatu itu pasti ada kekurangan dan mudharatnya baik yang sudah kita ketahui maupun yang belum kita ketahui dan semua yang diharamkan Allah pasti ada hikmah dibalik itu. Dari hasil yang didapat dari wawancara bahasanya mahasiswa dalam memilih makanan memilih produk makanan kebanyakan dari mahasiswa hanya memperhatikan dari sisi tren, kebersihan, tampilan produk saja, seharusnya dalam proses memilih produk makanan yang akan dibeli haruslah kritis dimulai dari memperhatikan halal produk dari label halal, kehalalan zat-zat yang terkandung dalamnya, kesehatan, cara produksi sesuai dengan islam, kebersihan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Makanan Halal, Dunia Digital

Pendahuluan

Kegiatan Konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang inti dalam pemenuhan kebutuhan bagi sendi kehidupan semua makhluk hidup. Dalam pemenuhan kebutuhan seseorang harus dituntut supaya bisa selektif dalam memilih apa yang akan dikonsumsi nya baik dari segi kesehatan maupun dari segi agama.¹ Seiring peningkatan zaman, konsumsi mahasiswa untuk

¹ Amsah Hendri Doni, Al-Amin Al-Amin, and Fifa Alfiona, 'LITERATUR REVIEW: EFEK PENDAPATAN DAN SUBSTITUSI DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL', *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 1.3 (2022), 144–51.

keperluan makanan semakin beraneka ragam. Sebagian mahasiswa mulai menggeser penggunaan pendapatan (uang saku) bulanan mereka untuk membeli makanan masa kini agar tidak dikatakan ketinggalan tren. Disinilah pergeseran pola konsumsi mahasiswa masa kini bisa dilihat, yaitu seberapa banyak mereka menggunakan pendapatan mereka untuk memenuhi hasrat berbelanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhan yang benar-benar harus dipenuhi. Dalam Islam, Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia.

Universitas Islam Negeri (UIN) Bukittinggi merupakan salah satu perguruan tinggi di kota Bukittinggi yang tidak hanya memberikan pendidikan akademik pada disiplin ilmu pengetahuan tetapi juga memberikan pendidikan wawasan pemahaman agama. Dengan latar belakang kampus yang seperti itu tentunya sebagai mahasiswa yang kuliah di UIN, untuk pemahaman keagamaan akan lebih berisi pengetahuannya keagamaannya dibandingkan mahasiswa yang kuliah di kampus yang tidak punya *basic* Islam. Dengan memiliki bekal pemahaman keagamaan ini, mahasiswa UIN harusnya memiliki perilaku hidup dan pola makan yang sehat yang sesuai ajaran agama, dimana mahasiswa UIN ini bisa kritis terhadap memilih makanan yang masuk ketubuhnya, seperti memperhatikan terjamin kehalalannya dan kesehatannya. karena apa yang masuk ketubuhnya akan berpengaruh terhadap ibadah seseorang. Dalam perpektif ekonomi syariah, konsumsi bukan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan individu saja, tetapi juga bertujuan dalam rangka memenuhi perintah Allah, dan juga berimplikasi terhadap kesadaran berkeadilan dengan kebutuhan orang lain. Oleh karena itu dalam konteks adanya keizinan untuk mengkonsumsi rezeki yang diberikan oleh Allah, sekaligus terpikul tanggung jawab untuk memberikan perhatian terhadap keperluan hidup orang-orang yang tidak punya, baik yang tidak meminta maupun yang meminta (al-Mu'tar), bahkan untuk orang-orang yang sengsara dan fakir miskin.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku kepribadian manusia. Menurut Ahmed (1950) menyatakan bahwa keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual, yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar. Ada Tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi, (Kahf, 1999) yaitu: a) Ketika keimanan ada pada tingkat yang baik, maka motif berkonsumsi atau memproduksi akan didominasi 3 motif utama; masalah, kebutuhan, dan kewajiban. b) Ketika keimanan pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya 3 hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme

(materialisme), dan keinginan yang bersifat individualistis. 3) Ketika keimanan pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (selfishness), ego, keinginan, dan rasionalisme.

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan pada aspek halal-haramnya saja, tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, sehat, dan tidak menjijikan.² Begitu pula batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab.³ Manusia diciptakan adalah untuk beribadah kepada Allah SWT, jadi walau bagaimanapun kita harus tunduk dan patuh terhadap perintah Allah yaitu dengan makanan dan minuman yang halal lagi baik. Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168:

168. *Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*

Dari ayat di atas dapat kita pahami ada kata perintah yaitu kullu yang artinya makanlah menunjukkan makna wajib, maka kita diperintahkan Allah untuk mengkonsumsi makanan halal lagi baik dari apa yang ada di muka bumi, kemudian Allah melarang kita untuk mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia, terkadang manusia tidak menyadari bahwa mereka sudah terperangkap oleh bisikan setan sehingga melakukan hal-hal yang dilarang oleh Allah tanpa merasa bersalah dan bahkan menganggap remeh terhadap dosa.⁴

Sejauh ini telah banyak para peneliti meneliti tentang pola perilaku konsumsi ditengah masyarakat baik penelitiannya terfokus pada perilaku konsumsi umum maupun perilaku konsumsi secara perpektif Islam namun kebanyakan hanya berfokus pada perilaku konsumsi secara luas tidak membahas konsumsi secara spesifik seperti fokus pada perilaku konsumsi barang ataupun makanan. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti berfokus pada penelitian tentang Perilaku Konsumsi Mahasiswa didunia digital yang kajiannya berfokus tentang perilaku konsumsi

² Amsah Hendri Doni and others, 'PENGANGGURAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DAN KOVENSIONAL', *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2.1 (2022), 1–10.

³ Aldila Septiana, 'Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam', *Dinar*, 2.Januari (2015), 18.

⁴ Nashirun, 'Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah*, 3.2 (2020), 1–15.

makanan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Perilaku Konsumsi Mahasiswa Uin Bukittinggi tentang konsumsi makanan dalam dunia digital ditinjau dari teori konsumsi Islam dengan dikaitkan dengan fenomena yang terjadi pada zaman modern ini.

Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Adapun prinsip-prinsip konsumsi yang dijelaskan oleh Mannan (1997), sebagai berikut:

- 1) Prinsip keadilan memiliki makna ganda, baik tentang mencari nafkah secara halal dan juga yang terlarang berdasarkan ketentuan hukum. Syarat kedua tercantum dalam al-qur'an ataupun as-Sunnah, yaitu: makanan tersebut cocok dan baik untuk dikonsumsi, tidak menjijikkan ataupun kotor. Dengan demikian, tidak semua makanan dapat dikonsumsi hanya makanan yang bersih dan memiliki manfaat.
- 2) Prinsip kebersihan, dalam hal ini makanan yang dikonsumsi harus halal dan baik untuk dikonsumsi. Salah satu batasan bagi konsumsi muslim adalah kehalalan. Hal ini ditekankan dalam mengantisipasi adanya dampak buruk dari barang yang konsumsinya (Mannan, 1997). Hal ini disebutkan dalam QS. Al-Ma'idah (5) : 88.

88. *“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman”*

- 3) Prinsip kesederhanaan yaitu mengatur kegiatan manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebihan. Disebutkan dalam ayat Qs. Al-A'raf (7) : 31

31. *“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.”*

Ayat tersebut memberikan penjelasan tentang segala sesuatu yang berlebihan tidak memberikan manfaat bagi manusia. Kegiatan pemakaian barang dan jasa yang berlebih-lebihan tidak diperkenankan dalam Islam.

- 4) Prinsip kemurahan hati. Mengonsumsi makanan dan minuman yang disediakan Allah yang tidak memiliki dosa ataupun bahaya ketika konsumsinya. Ini disebutkan dalam QS. Al-Ma'idah (5): 96.

“Dihalalkan bagi kamu hewan buruan laut²²⁸) dan makanan (yang berasal dari) laut sebagai kesenangan bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) hewan buruan darat selama kamu dalam keadaan ihram. Bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu akan dikumpulkan.

Selama tujuan adalah kesehatan yang lebih baik dan kelangsungan hidup dengan niat memenuhi perintah Allah yang dilandasi iman yang kuat dan amal shaleh sesuai dengan perintah-Nya, maka akan ada perubahan bertahap yang fleksibel dan terarah.

- 5) Prinsip mengenai konsumsi kondisi

moralitas. Dalam hal ini hanya tentang makan dan minum, akan tetapi juga mempertimbangkan apa yang menjadi tujuan dari makanan dan minuman yang telah dijabarkan diatas yaitu untuk meningkatkan nilai spritual dan moral. Prinsip berdasarkan kaidah yang terkandung dalam Al-Qur'an, bahwa ketika seseorang memiliki sedikit rasa nikmat daan untuk dengan mengkonsumsi minuman keras dan makanan yang diharamkan, tetapi mereka juga mengetahui adanya bahaya yang ditimbulkannya melebihi rasa nikmat dan untung, oleh karena itu hal tersebut dilarang (Mannan, 1997).

Ekonomi Islam mengajarkan manusia dalam melakukan konsumsi barang bukan hanya untuk kepuasan maksimal, tetapi juga memperhatikan kehalalan, kejelasan barang tersebut, kemanfaatan, dan lain sebagainya.⁵

Teori konsumsi Islam memiliki pandangan yang rasional, namun hingga saat ini teori konsumsi dianggap hanya merupakan aspek satu dimensi dari perilaku manusia. Menurutnya, terdapat dua faktor yang menjadi pengaruh terhadap perilaku konsumen, yaitu faktor income atau pendapatan, selera konsumen, teknologi, kesehatan, lingkungan, budaya, agama, dan faktor hukum seperti faktor lingkungan (Arif, 2010). Faktor kedua adalah konsumen memahami informasi harga produk di pasaran, apakah ada produk alternatif atau tambahan. Ada empat konsep dasar rasionalisme dalam perilaku konsumen, yaitu: a). Konsep sukses Islami tidak hanya sekedar dalam hal materi tetapi juga kesuksesan di akhirat. Keberhasilan ini diukur dari tingkat moral seseorang, semakin baik dan tinggi tingkat moralnya maka akan semakin sukses pula dia. Moralitas berarti kebijaksanaan, kebenaran, dan pengabdian kepada Allah SWT. Contoh dari konsep ini adalah bahwa Allah SWT menciptakan keindahan dan keadilan di dunia.⁶ Hal ini karena konsep sukses merupakan konsep kompleks yang mengukur kehidupan sekarang dan masa depan secara seimbang dan harmonis. Menurut firman Allah yang tertulis dalam Surah Ali Imran ayat 148.

148. *Maka, Allah menganugerahi mereka balasan (di) dunia¹²⁴) dan pahala yang baik (di) akhirat. Allah mencintai orang-orang yang berbuat kebaikan.*

2) Keegoisan dan Altruisme (Mementingkan Orang Lain). Dalam Islam, keegoisan didasarkan pada kepentingan pribadi orang lain, makhluk lain, lingkungan, dan semua orang, sehingga sesama keegoisan saling melengkapi. Al-Qur'an dan sabda Nabi mengingatkan banyak orang tentang perbuatan baik yang penuh kasih sayang, seperti berbuat baik terhadap orang lain,

⁵ M.E Dedi Mardianto, S.E., *Ekonomi Islam* (Serang Banten: Sada Kiurnia Pustaka, 2022). Hal 100-102

⁶ Yolanda Effendy and others, 'ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN EKONOMI ISLAM DI SUMATERA BARAT', *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2.2 (2023), 121–28.

anggota keluarga, pada tetangga, dan juga tamu. Kebaikan ini akan dihargai lebih baik sesuai dengan istilah dalam islam yaitu hasanah, yang digunakan untuk menunjukkan perbuatan baik sebagai hadiah. Sebagaimana firman Allah dalam Ar- Rahman, ayat 60:

60. Adakah balasan kebaikan selain kebaikan (pula)?

3) Skala Waktu Perilaku Konsumen. Skala waktu perilaku konsumen harus menyeimbangkan dua generasi, yaitu kehidupan mereka di dunia maupun akhirat. Dalam pandangan umat Islam, kehidupan di bumi bersifat sementara, tetapi kehidupan di akhirat adalah abadi. Menurut Islam, adalah mungkin untuk mengorbankan keuntungan dan kepuasan duniawi untuk kebahagiaan di akhirat. Ajaran Islam adalah tentang mengingat Allah, menyebarkan kebenaran, memperbanyak dan menggunakan perbuatan baik, dan menggunakan waktu mengingat Allah SWT yang berupaya meningkatkan kehidupan mental, moral, dan ekonomi orang-orang.⁷

Dunia Digital

Revolusi digital, khususnya pergeseran budaya dan perilaku komunikasi ke arah media yang cepat dan sederhana. Sejak tahun 1980, revolusi digital telah terjadi. Cara orang melihat kehidupan telah berhasil diubah oleh revolusi digital. Revolusi digital yang juga dikenal sebagai digitalisasi telah memungkinkan berbagai produk teknologi saling berinteraksi satu sama lain. Data perangkat kami dapat ditransfer ke produk teknologi lain sebagai instruksi yang menghasilkan tindakan atau keluaran tertentu. Teknologi mesin ke mesin (M2M) atau internet of things (IOT) adalah istilah untuk ini. Shabrina, Komunikasi, and Indonesia (2019).

Pemasaran digital telah berevolusi dari pemasaran tradisional sebagai hasil dari revolusi digital. Menurut (Keller (2009), pemasaran kami telah bergeser dari tradisional ke digital dalam beberapa tahun terakhir. Shabrina, Komunikasi, and Indonesia (2019) mendefinisikan pemasaran digital sebagai penggunaan teknologi digital untuk membuat saluran pemasaran online. Website, e-mail, database, televisi digital, dan berbagai inovasi terkini lainnya seperti blog, fee, podcast, dan media sosial adalah contoh dari teknologi digital ini. melalui upaya untuk mengenali

⁷ Siti Nailul Izzah, 'Konsumsi Dalam Perspektif Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf', *Jurnal Ilmiah MEA(Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021), 1973–89.

pentingnya teknologi digital dan mengembangkan pendekatan terencana untuk meningkatkan kesadaran konsumen, diikuti dengan transmisi pesan melalui kegiatan komunikasi dan layanan online yang terintegrasi dan terfokus untuk memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan, teknologi ini berkontribusi pada kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan mempertahankan pelanggan. Perilaku Konsumen Menurut (T. Hani Handoko, n.d.) , ada empat jenis teori perilaku konsumen: 1) Teori Ekonomi Mikro Menurut teori ini, keputusan pembelian didasarkan pada perhitungan ekonomi yang sadar dan rasional. Konsumen individu mencoba menggunakan barang yang paling banyak digunakan (kepuasan) berdasarkan preferensi dan harga mereka. 2) Psikologi Teoretis Penerapan teori bidang psikologi untuk mempelajari perilaku konsumen didasarkan pada teori ini, yang berpendapat bahwa faktor psikologis individu secara konstan dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan. 3) Model Sosiologi Untuk menempatkan perilaku kelompok di depan perilaku individu, teori ini lebih menekankan pada hubungan dan pengaruh antara individu yang terkait dengan perilaku mereka. 4) Teori Antropologi Teori ini mirip dengan teori sosiologi yang menekankan pada kebiasaan pembelian suatu kelompok, tetapi kelompok yang diteliti adalah kelompok masyarakat yang lebih luas seperti: subkultur (budaya daerah), budaya (kelompok

Banyak bisnis yang membuat akun media sosial agar mereka dapat berinteraksi secara aktif dengan pelanggannya baik untuk memberikan informasi maupun untuk menerima berbagai keluhan terkait produk. Aspek lain yang penting adalah kerja sama. Oleh karena itu, Pelanggan di era digital telah membentuk rutinitas dan preferensi yang kuat untuk bekerja sama dengan pelanggan lain untuk mencapai tujuan yang bermanfaat bagi mereka. Jaringan informasi global saat ini memberi konsumen lebih banyak peluang untuk memaksimalkan penggunaan dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka, menghasilkan akses yang luas ke informasi produk. Selain itu, ada semakin banyak peluang untuk mendapatkan pilihan alternatif.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, termasuk perilaku konsumsi (Iskandar dan Rahmayanti, 2018; Adiwinata et al., 2021; Armelia dan Irianto, 2021). Pada era globalisasi saat ini, gaya hidup dapat mendorong perilaku konsumtif, termasuk dalam konsumsi pangan. Perilaku konsumtif terhadap pangan terefleksikan pada preferensi terhadap pangan tersebut. Perubahan gaya hidup pada era globalisasi ini terjadi pada semua golongan umur, namun demikian golongan umur muda dalam kelompok umur yang relatif lebih banyak terdampak pada zaman globalisasi ini, termasuk golongan mahasiswa.

Menurut Perera dan Madhujith (2012) pada tahap ini, individu memasuki tahap pertama dalam memutuskan jenis makanan sendiri, sehingga preferensi terhadap makanan berperan

penting dalam pemilihan makanan pada kelompok mahasiswa. Selain preferensi, pengetahuan juga berperan dalam membentuk pola pikir makan seseorang dan pada akhirnya dapat menentukan pemilihan makanan.⁸

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Pendekatan kualitatif deskriptif. Penulis melakukan kajian pustaka dengan menelusuri berbagai sumber tertulis, antara lain buku, jurnal atau penelitian terdahulu sehingga informasi yang dikumpulkan dapat digunakan untuk mendukung argumen sebelumnya. Untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah, data yang diperoleh dianalisis secara menyeluruh dan dituangkan dalam sub-bab. Analisis isi adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini tidak hanya menggunakan data sekunder dari buku, jurnal atau penelitian terdahulu, tetapi juga menggunakan data dari wawancara beberapa Mahasiswa. Untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah, data yang diperoleh dianalisis secara menyeluruh dan dituangkan dalam sub-bab. Analisis isi adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data. Metode penelitian yang dikenal sebagai analisis isi atau tinjauan isi menggunakan serangkaian prosedur untuk menarik kesimpulan secara valid dari sebuah buku atau dokumen, dan wawancara, tujuannya untuk pemeriksaan materi secara sistematis dari sumber materi.

Hasil dan Pembahasan

Seluruh responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Syeh M.Djamil Djambek baik yang sedang kuliah maupun yang sudah menjadi alumni. Mahasiswa dalam penelitian ini terdiri dari semua program studi. Responden yang akan di wawancari ada berjumlah 30 orang sebagai penguat data. Kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Syeh M.Djamil Djambek ini terletak di Bukittinggi Sumatera Barat. Perubahan perilaku konsumen Sejak volume konsumsi produk digital meningkat, perilaku konsumen online pun berubah di era digital. Meluasnya ketersediaan internet secara signifikan mempengaruhi pergeseran perilaku konsumen online.

Berbagai penelitian tentang konsumen tradisional, adopsi teknologi, dan perilaku konsumen online telah banyak dilakukan penelitian oleh peneliti dan bisa kita lihat juga literatur review oleh (Suhroji Adha) mengenai Perilaku Konsumen di Era Digital (Online) bahwa

⁸ Wuryaningsih Dwi Sayekti and others, 'Pola Pikir Makan Dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Makanan Dan Minuman Jadi: Studi Kasus Di Kota Bandar Lampung Saat Pandemi Covid-19', *AgriHealth: Journal of Agri-Food, Nutrition and Public Health*, 2.2 (2021), 65–77

Perilaku manusia sebagai pembeli produk telah berubah akibat revolusi digital. Di era digital, perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas seseorang mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri. Metode dimana model perilaku konsumen secara tradisional telah dianalisis sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian, juga dapat menjadi masalah. Karena perilaku konsumen telah berubah secara dramatis dari waktu ke waktu, mempelajarinya dapat menjadi tantangan. Semua bidang kehidupan telah dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, termasuk bisnis. Penemuan seperti internet, ponsel, global positioning system (perangkat GPS), notebook atau laptop, dan lain-lain menandai revolusi teknologi. Hidup kita telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari perubahan ini. Revolusi digital telah mengakibatkan setiap manusia terhubung satu sama lain. Informasi dapat dibagikan dengan cepat dan mudah berkat teknologi komunikasi modern. Selain itu, tingkat komunikasi telah meningkat, melibatkan individu dari seluruh dunia.⁹

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan tentang perilaku konsumsi mahasiswa UIN bukittinggi dalam dunia digital. Dalam penelitian ini penulis memperoleh hasil mengenai perilaku konsumsi mahasiswa UIN bukittinggi di dunia digital. Ada sebagian mahasiswa yang sangat kritis dalam memilih makanan, dengan memperhatikan kejelasan makanan secara detail baru melakukan pembelian sedangkan sebagian mahasiswa lain tidak terlalu kritis dalam memperhatikan makanan yang dibeli, hanya melihat tampilannya saja. Dari gambaran data yang diperoleh dari 30 mahasiswa yang diwawancarai:

No.	Prilaku	Jumlah sample
1.	Kritis dalam proses memilih produk makanan yang akan dibeli dengan memperhatikan halal produk dari label halal, kehalalan zat-zat yang terkandung dalamnya, kesehatan, cara produksi sesuai dengan islam, kebersihan, dll	2 orang
2.	Proses memilih produk makanan memperhatikan halal produk dari label halal, kebersihan, tampilan produk dan tren	8 orang
4.	Proses memilih produk makanan memperhatikan karena tren, kebersihan, tampilan produk	10 orang
5.	Proses pembelian makanan karena tren	5 orang

Tabel Wawancara mahasiswa UIN Bukittinggi

⁹ Suhroji Adha, 'Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur', 31 (2022), 2.

Dari tabel wawancara 30 orang mahasiswa UIN bukitinggi, dimana dalam pemilihan makanan yang akan dibeli di pesanan makanan secara online hanya sedikit sekali yang memilih secara kritis, yang tidak hanya memperhatikan label halal tetapi memperhatikan proses produksi yang sesuai cara Islam. Dalam buku petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produk Halal yang diterbitkan oleh departemen Agama disebutkan makanan adalah barang dimaksudkan untuk dimakan atau diminum oleh manusia, serta bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Sedangkan halal adalah sesuatu yang dibolehkan menurut ajaran Islam.¹⁰ Dan Syarat-syarat makanan halal memenuhi kehalalan makanan dalam pandangan hukum Islam yaitu: a) Tidak mengandung babi dan bahan berasal dari babi. b) Tidak mengandung *khamar* dan produk turunannya. c) Semua asal hewan harus berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari'at Islam. d) Tidak mengandung bahan-bahan lain yang diharamkan atau tergolong najis seperti; bangkai, darah, bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, kotoran dan lain sebagainya. e) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan dan alat transportasi untuk produk halal tidak boleh digunakan untuk babi dan barang tidak halal. Jika pernah digunakan untuk babi atau tidak halal lainnya dan kemudian akan digunakan untuk produk halal, maka terlebih dahulu harus dibersihkan sesuai dengan cara yang diatur menurut syari'at Islam. Penggunaan fasilitas produksi untuk produk halal dan tidak halal secara bergantian tidak diperbolehkan.¹¹

Dari penjelasan syarat-syarat tersebut, jika dikaitkan dengan hasil wawancara mahasiswa bahwanya perilaku konsumsi mahasiswa UIN bukitinggi belum menerapkan proses pemilihan berdasarkan pandangan teori agama islam mengenai makanan yang akan dikonsumsi. Jika produk yang dipilih hanya berdasarkan kebersihan dan tren maka definisi halal belum termasuk pada konsumsi yang benar. Adapun label halal pada suatu produk belum bisa menjamin 100 % karena bisa jadi label hanya dibuat tidak melalui prosedur pemerintah, dan begitu juga produk yang tidak berlabelkan halal seperti produk makanan rumahan yang dipesan secara online tidak menjamin kehalalannya. Produk rumahan yang dipesan mahasiswa melalui online seperti ayam geprek, makanan bahan daging sapi, mie ayam, dan makanan siap saji atau makanan kemasan viral lainnya. Produk terbuat dari daging misalnya ayam, karena dipesan melalui online tentu mahasiswa tidak akan mengetahui bagaimana proses pembuatannya, disinilah syarat-syarat konsumsi harus diperhatikan apakah ayam yang diolah menjadi ayam geprek atau ayam goreng tersebut disembelih sesuai yang dianjurkan dalam islam, dan begitu juga makanan lainnya.

¹⁰ Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal* (Jakarta: RI, Departemen Agama, 2003). hal 3

¹¹ Aisjah Girindra, *Pengukur Sejarah Sertifikasi Halal* (Jakarta: LP POM MUI, 1998). Hal 123-125

Dalam konsumsi ada sebagian besar juga mahasiswa yang hanya membeli makanan online berdasarkan tampilan/tren saja padahal tampilan makanan tidak menjamin kehalalan dan baik nya makanan yang dipesan melalui online tersebut. Bisa kita ketahui bahwasanya jenis produk makanan saat ini diproduksi tidak hanya memperhatikan zat gizi yang terkandung, melainkan juga mensiasati bagaimana jenis makanan yan dikemas, mudah disajikan, praktis, atau diolah dengan cara modern. Makanan tersebut pada umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi tinggi dan memberikan berbagai zat aditif (bahan tambahan makanan) untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut. Makanan siap saji contohnya berupa lauk pauk dalam kemasan, mie Instan, nungget, atau juga corn flakes sebagai makanan unntuk sarapan.¹²

Kesimpulan

Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku kepribadian manusia, dengan keimanan akan mempengaruhi seseorang dalam sikap memilih makanan halal. Makanan halal adalah makanan yang dibolehkan berdasarkan syariat yaitu Al Qur'an dan Hadits Nabi. Islam menghalalkan yang baik-baik dan pada dasarnya makanan yang ada di dunia ini diciptakan oleh Allah SWT hukumnya boleh boleh saja. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual..

Namun di zaman pemasaran digital ini mahasiswa haruslah bisa memilih secara kritis dalam membeli makanan yang akan dikonsumsi. Seperti kita lihat anjuran Alqur'an yang menjelaskan agar mengkonsumsi makanan itu harus halal dan baik (bergizi) sebagaimana yang terdapat dalam surat Al Baqarah ayat 168. Oleh karena itu, pengetahuan mahasiswa mengenai makanan yang halal dan baik menurut islam perlu ditingkatkan dalam rangka mencapai tujuan tujuan konsumsi yang sebenarnya.

Referensi

Adha, Suhroji, 'Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur', 31 (2022), 2

¹² STP Denny Indra Praja, *Zat Aditif Makanan Manfaat Dan Bahannya* (Yogyakarta: Garudhawaca, 2015). Hal. 1

E-ISSN: 2827-7961 (Online) / P-ISSN: 2827-8143 (print)

Dedi Mardianto, S.E., M.E, *Ekonomi Islam* (Serang Banten: Sada Kiurnia Pustaka, 2022)

Denny Indra Praja, STP, *Zat Aditif Makanan Manfaat Dan Bahannya* (Yogyakarta: Garudhawaca, 2015)

Doni, Amsah Hendri, Al-Amin Al-Amin, and Fifa Alfiona, 'LITERATUR REVIEW: EFEK PENDAPATAN DAN SUBSTITUSI DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL', *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 1.3 (2022), 144–51

Doni, Amsah Hendri, Fifa Alfiona, Wira Andespa, and Al-Amin Al-Amin, 'PENGANGGURAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DAN KOVENSIONAL', *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2.1 (2022), 1–10

Effendy, Yolanda, Andriawan Andriawan, Mesis Rawati, Rayzul Hawari, and Al-Amin Al-Amin, 'ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN EKONOMI ISLAM DI SUMATERA BARAT', *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah (JIEMAS)*, 2.2 (2023), 121–28

Girindra, Aisjah, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal* (Jakarta: LP POM MUI, 1998)

Haji, Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal* (Jakarta: RI, Departemen Agama, 2003)

Nailul Izzah, Siti, 'Konsumsi Dalam Perspektif Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf', *Jurnal Ilmiah MEA(Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021), 1973–89

Nashirun, 'Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah*, 3.2 (2020), 1–15

Sayekti, Wuryaningsih Dwi, Rabiatul Adawiyah, Yaktiworo Indriani, Shinta Tantriadisti, and Tyas Sekartiara Syafani, 'Pola Pikir Makan Dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Makanan Dan Minuman Jadi: Studi Kasus Di Kota Bandar Lampung Saat Pandemi Covid-19', *AgriHealth: Journal of Agri-Food, Nutrition and Public Health*, 2.2 (2021), 65–77
<<https://doi.org/10.20961/agrihealth.v2i2.54702>>

Septiana, Aldila, 'Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam', *Dinar*, 2.Januari (2015), 18