

Analisis Perilaku Konsumen Muslim terhadap Pembelian Produk Halal pada Komunitas Teman Halal Bandung

Devita Balqis, Titin Suprihatin, Nanik Eprianti

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Devitadb@gmail.com, titinsuprihatin@gmail.com, nanikeprianti@gmail.com

Abstract— Halal Friends is one community that focuses on discussing various matters relating to the issue of halal haram of a product, both from a scientific point of view and current issues, halal products themselves become an important requirement for every consumer. Any halal sector in the form of food, drinks, cosmetics, medicines, and finance starts to get its own place. **Problem formulation:** How is the behavior of consumers of Bandung halal friends community in consuming halal products. The purpose of knowing the consumption behavior of the Bandung Halal Community to purchase halal products and to analyze the behavior of Muslim consumers towards the purchase of halal products at the Bandung Halal Community. This research uses a descriptive method with a qualitative approach and type of field research. Data collection is used through questionnaires, observations, interviews, and literature study. The results of the research are, consumption behavior in Islam must be based on 5 principles of consumption in Islam, namely the principle of justice, the principle of simplicity, the principle of simplicity, the principle of generosity, and the principle of morality. But from the observation results of the awareness of Members of the Bandung Halal Community, only applying the principle of justice and the principle of morality.

Key words— *Muslim Consumer Behavior, Halal Products, Consumption in Islam.*

Abstrak— Teman Halal merupakan salah satu komunitas yang fokus membahas beragam hal terkait dengan isu halal haram suatu produk, baik dari sudut pandang ilmiah maupun isu-isu beredar terkini, Produk halal sendiri menjadi kebutuhan yang penting bagi setiap konsumen. Sektor halal apapun baik berupa makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, hingga keuangan mulai mendapatkan tempat tersendiri. Rumusan masalah : Bagaimana perilaku konsumen anggota komunitas teman halal Bandung dalam mengkonsumsi produk halal. Tujuan mengetahui perilaku konsumsi Komunitas Teman Halal Bandung terhadap pembelian produk halal dan untuk menganalisis perilaku konsumen muslim terhadap pembelian produk halal pada Komunitas Teman Halal Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian lapangan. Pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitiannya adalah, perilaku konsumsi dalam Islam harus berlandaskan pada 5 prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas.

Namun dari hasil observasi kesadaran Anggota Komunitas Teman Halal Bandung hanya menerapkan prinsip keadilan dan prinsip moralitas.

Kata kunci— *Perilaku Konsumen Muslim, Produk Halal, Konsumsi dalam Islam.*

I. PENDAHULUAN

Produk halal telah berkembang pesat menjadi primadona masyarakat di dunia, baik masyarakat muslim maupun non muslim semua mulai memperhatikan dan memilih aneka produk yang berlabel halal. Perilaku konsumen merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Konsumsi yaitu, perilaku manusia dalam menghabiskan kegunaan suatu barang ataupun jasa untuk kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi merupakan perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Konsumsi dalam Islam memiliki 5 prinsip yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, prinsip moralitas. Sehingga dalam mengkonsumsi seharusnya sudah memperhatikan ke 5 prinsip tersebut.. Seorang muslim dalam mengkonsumsi harus memperoleh manfaat untuk dirinya sendiri. Namun, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada anggota komunitas teman halal Bandung, dari 5 prinsip konsumsi yang ada dalam Islam hanya menerapkan prinsip keadilan dan prinsip moralitas.

II. LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen muslim merupakan sikap seorang konsumen yang harus mencerminkan hubungannya dengan Allah (Muflih, 2008). Perilaku Konsumen Muslim yaitu sikap yang dilakukan oleh seorang muslim dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekedar memenuhi kebutuhan individual, tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (Suprayitno, 2008). Islam telah menegaskan bahwa

Bumi serta seisinya merupakan suatu amanah yang dititipkan oleh Allah SWT kepada makhluknya Sebagaimana dalam Firman Allah surat Al- A'raf ayat 31 :

...وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya : “makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor dan faktor psikologis.

B. Teori Konsumsi

Konsumsi merupakan suatu pekerjaan atau kegiatan dalam memakai atau menggunakan suatu produk barang ataupun jasa yang diproduksi oleh produsen. Atas dasar kebutuhan tersebut individu akan mempunyai permintaan terhadap barang atau jasa, semakin banyak penduduk suatu negara, berarti akan semakin besar juga permintaan masyarakat akan suatu jenis barang atau jasa (Medias, 2018).

Islam melihat pada dasarnya perilaku konsumsi dibangun atas dua hal, yaitu, kebutuhan (hajat) dan kegunaan atau kepuasan (manfaat). (Sunar'in, 2013).

Dalam islam, tujuan konsumsi seorang muslim merupakan sarana penolong untuk beribadah kepada Allah, dan untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah. Sebagaimana dalam surat Al-An'am ayat 162 :

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”.

Perilaku Konsumsi memiliki 5 prinsip dasar dalam Islam :

1. Prinsip keadilan, yaitu dalam mengkonsumsi umat Islam dituntut untuk adil dalam hal mencari rezeki dan sesuatu yang dikonsumsi itu harus baik tidak merugikan
2. Prinsip kebersihan, yaitu umat Islam diharuskan untuk memilih produk yang diinginkan yang baik dan cocok untuk dimakan, bersih, tidak kotor apalagi najis
3. Prinsip kesederhanaan, Dalam prinsip ini umat muslim diatur untuk tidak berlebihan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sikap berlebihan merupakan hal yang tidak disukai Allah, yang menyebabkan manusia bersikap kikir, pelit, dan kufur nikmat yang berakibat merugikan dirinya sendiri
4. Prinsip kemurahan hati, Prinsip ini memerintahkan umat muslim untuk saling memberi, tolong menolong sesama saudara lainnya, dan tidak serakah. Sehingga dapat membantu kebutuhan hidup orang lain yang kesulitan
5. Prinsip moralitas, pada prinsip ini umat muslim ditegaskan untuk mengedepankan adab dan etika, serta selalu mengharap keridhaan-Nya dalam mengkonsumsi

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Perilaku konsumsi dalam Islam yaitu kegiatan dalam menggunakan suatu barang ataupun jasa dengan tujuan untuk kemaslahatan hidupnya. Ketika mengkonsumsi dengan mengharap ridha-Nya dan sesuai dengan syariat Islam maka akan mendapat keuntungan bagi dirinya sendiri.

Perilaku konsumsi diatur dengan 5 Prinsip yaitu:

Prinsip Keadilan, umat Islam dituntut untuk adil dalam hal mencari rezeki dan sesuatu yang dikonsumsi itu harus baik tidak merugikan orang lain Contoh halnya dalam membeli suatu produk yang diinginkan, janganlah menawar dengan harga yang rendah dibawah harga pasar si penjual membeli produk tersebut, karena perbuatan ini akan membuat pihak penjual menimbulkan kerugian. Prinsip Kebersihan, umat Islam diharuskan untuk memilih produk yang diinginkan yang baik bersih. Contohnya seperti Ketika memilih tempat makan yang dikunjungi pastikan tempat tersebut halal, tidak ada campuran makanan non halal. Prinsip Kesederhanaan, prinsip ini umat muslim diatur untuk tidak berlebihan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Prinsip Kemurahan Hati, Prinsip ini memerintahkan umat muslim untuk saling memberi, Prinsip Moralitas, dalam mengkonsumsi umat muslim ditegaskan untuk memperhatikan nilai moralitas, tidak menyampingkan apa yang diharamkan Allah, mengedepankan adab dan etika, serta selalu mengharap keridhaan-Nya dalam mengkonsumsi.

B. Perilaku Konsumsi Anggota Komunitas Teman Halal Bandung Terhadap Pembelian Produk Halal

Perilaku konsumen muslim merupakan aktivitas seorang konsumen yang harus mencerminkan hubungannya dengan Allah, Perilaku Konsumen muslim dalam memenuhi kebutuhannya tidak hanya terbatas pada kebutuhan individu saja tetapi juga harus memenuhi kebutuhan sosial meliputi keluarga dan peran sosial. Peneliti disini mengaitkan antara faktor serta prinsip perilaku konsumen untuk memahami perilaku dan karakteristik anggota komunitas.

Pada prinsip keadilan, 82,9% responden mengatakan “tidak akan membeli produk tersebut meskipun dengan harga yang lebih tinggi meskipun orang lain menginginkannya”, saat melakukan wawancara sama halnya memiliki pernyataan bahwa “iya, saya tidak mau membeli barang tersebut dengan harga yang lebih tinggi”. Prinsip kebersihan, 97,1% responden lebih suka membeli makanan yang tidak memiliki label dan sertifikat halal, begitupun ketika melakukan wawancara secara langsung dengan responden, karena diantaranya masih terdapat Anggota yang sering jajan atau membeli makanan gerobak ataupun homemade yang kehalalannya belum jelas. Prinsip kesederhanaan, 78,6 % responden ketika berbelanja hanya membeli produk yang dibutuhkan saja, tetapi ketika melakukan wawancara secara langsung dengan responden, memberi jawaban bahwa tidak karena terkadang suka khilaf

ketika membeli sesuatu yang diinginkan meskipun saya tidak membutuhkannya. Prinsip kemurahan hati, dimana 78,6% responden memberi sebagian kembalian untuk diinfaqkan, ketika melakukan wawancara dengan responden “tidak, saya jarang memberikan sisa kembalian untuk diinfaqkan karena khawatir jika diinfaqkan akan tidak amanah”. Karena mereka khawatir uang yang diinfaqkan akan disalah gunakan. Prinsip moralitas, dimana 88,6% responden tidak ingin menunjukkan bahwa mereka mampu membeli produk tersebut, begitupun ketika melakukan wawancara dengan responden “tidak, karena saya menganggap itu sebagai reward untuk diri saya dan tidak untuk dipamerkan”.

Faktor budaya dimana 84,3% responden mengatakan “ya, mendengarkan pendapat orang sekitar”, dan 15,7% “tidak, mendengarkan pendapat orang sekitar”. Namun ketika wawancara secara langsung dengan responden mendapati jawaban “tidak karena saya typical orang yang ketika ingin sekali membeli suatu produk maka harus saya dapatkan meskipun orang lain berkata tidak usah untuk dibeli”. Faktor sosial, 64,3% responden mengatakan “ya, Sebelum membeli produk meminta pendapat keluarga atau teman terlebih dahulu”, dan 35,7% “tidak, meminta pendapat keluarga atau teman terlebih dahulu”. Berdasarkan wawancara, responden mengatakan bahwa selalu meminta pendapat teman sebelum membeli produk untuk membandingkan kualitas. Faktor pribadi, 68,6% responden berkata “ya, membeli suatu produk selalu menyesuaikan dengan usia, dan 31,4% responden “tidak berdasarkan usia, tetapi ketika melakukan wawancara responden mengatakan tidak, karena bergantung kembali pada produknya jika saya butuh maka saya akan beli. Faktor Psikologis 4,3% responden “ya, perkembangan zaman tidak mempengaruhi pada keputusan pembelian”, dan berdasarkan hasil wawancara responden mengatakan “betul, saya terkadang mengikuti perkembangan zaman supaya lebih update dan tidak penasaran”.

C. Analisis Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Pembelian Produk Halal Pada Komunitas Teman Halal Bandung

Berdasarkan data hasil penelitian dan analisis mengenai perilaku konsumsi, penulis lebih akurat memperoleh data melalui wawancara, hal ini dikarenakan hasil kuesioner dan wawancara yang tidak sesuai dan tidak memperhatikan prinsip dasar perilaku konsumsi dalam Islam. Dari analisis tersebut diketahui bahwa prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati tidak diaplikasikan oleh Anggota Komunitas dalam pembelian produk halal. Sehingga dapat disimpulkan, perilaku Anggota Komunitas pada prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati masih tidak sesuai. Namun, berbeda pada prinsip keadilan dan moralitas bahwa perilaku anggota komunitas telah memperhatikan prinsip tersebut

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

Perilaku Konsumsi dalam Islam tujuannya sebagai sarana penolong beribadah kepada Allah, yang memiliki 5 dasar prinsip yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Prinsip tersebut merupakan sebuah pondasi ketika mengkonsumsi sesuatu dengan niat yang didasarkan untuk meningkatkan stamina serta ketaatan kepada Allah maka akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah.

Perilaku konsumsi Anggota Komunitas Teman Halal berdasarkan hasil observasi responden, pada prinsip keadilan telah memenuhi karena tidak akan menawar jika memiliki uang lebih, prinsip kebersihan tidak memenuhi karena masih membeli makanan gerobak atau pinggir jalan, prinsip kesederhanaan tidak memenuhi karena tertarik pada kemasan produk meskipun tidak membutuhkan, prinsip kemurahan hati tidak memenuhi karena khawatir pemberian disalah gunakan, namun pada prinsip moralitas perilaku anggota komunitas telah sesuai karena produk yang dibeli merupakan sebuah reward untuk diri sendiri.

Analisis Perilaku Konsumen Muslim terhadap pembelian produk halal pada komunitas teman halal Bandung. Pada prinsip keadilan sebanyak 82,9% responden tidak akan membeli dengan harga yang lebih tinggi. Prinsip kebersihan 97,1% responden masih membeli makanan yang tidak tercantum label halal. Prinsip kesederhanaan 78,6% responden hanya membeli produk yang dibutuhkan, berbeda dengan wawancara yang tidak mengikuti kebutuhan. Prinsip kemurahan hati 78,6% responden memilih untuk berinfaq berbeda dengan hasil wawancara yang tidak untuk di infaqkan. Prinsip moralitas 88,6% responden tidak ingin menunjukkan orang yang mampu membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Medias, F. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: Unimma Press.
- [2] Muflih, M. (2008). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- [3] Sunar'in. (2013). *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [4] Suprayitno. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: Uin Malang Press.