

ABSTRAK

Ubaidan Fahmi, NIM 3221103024, Perilaku Konsumen Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Ekonomi Konvensional dan Islam, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Pembimbing: Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.HI

Kata-kata kunci: Perilaku Konsumen, Jual beli Online, Ekonomi Konvensional, Ekonomi Islam

Penelitian ini dilatarbelakangi karena semakin berkembang teknologi yang menyebabkan perubahan pada perilaku konsumen. Bahkan dengan berbagai kemudahan yang diberikan konsumen jual beli online membuat menjadi kebutuhan wajib dan penting bagi keberlangsungan hidup manusia melalui transaksi. Akhirnya demi memuaskan nafsunya, berdampak pada pengeluaran yang over budget. Sehingga kebutuhan yang bersifat pelengkap menjadi suatu kebutuhan wajib.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perilaku konsumen jual beli online dalam perspektif hukum ekonomi konvensional?, 2) Bagaimana perilaku konsumen jual beli online dalam perspektif hukum ekonomi Islam? 3) Bagaimana persamaan dan perbedaan perilaku konsumen jual beli online dalam perspektif hukum ekonomi konvensional dan hukum Islam?. Adapun yang menjadi tujuan dari kajian ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku konsumen jual beli online dalam perspektif hukum ekonomi Konvensional dan Islam, serta memahami persamaan dan perbedaan dari perilaku konsumen jual beli online dalam dua perspektif tersebut.

Jenis kajian yang digunakan dalam dalam skripsi ini adalah kajian pustaka (*library research*) yang mengidentifikasi secara sistematis atau menganalisa dokumen yang berasal dari buku, internet, atau sumber lain yang terkait dengan perilaku konsumen, baik dalam ekonomi konvensional maupun Islam. Pendekatan kajian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan data dari transkrip, buku-buku bacaan, dan bahan-bahan kepustakaan lainnya untuk menganalisa dan menemukan komparasi data yang peneliti dapatkan. Metode analisis data dalam kajian ini yang digunakan adalah metode *content analysis*, *critic analysis*, dan *comparative analysis*.

Setelah penulis mengkaji dari berbagai sumber, akhirnya dapat penulis simpulkan: (1) perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional artinya mementingkan kapitalisme, sehingga setiap individu lebih mengutamakan rasional dibandingkan spiritual. (2) Perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumen jual beli online didasarkan pada prinsip ketuhanan sehingga dalam setiap aktivitasnya memenuhi kebutuhan konsumen dituntut agar selalu berpedoman pada prinsip tauhid, khilafah, dan juga keadilan. (3) Persamaan dan perbedaan dari kedua perspektif tersebut. Persamaan antara perilaku konsumen jual beli online dalam melaksanakan aktivitas konsumsi dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam sama-sama digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perbedaannya terletak pada landasan, prinsip, motif dan tujuan konsumsi, kebutuhan konsumen jual beli online, dan pada teori perilaku konsumen jual beli online.

ABSTRACT

Ubaidan Fahmi, NIM 3221103024, Purchase Online Consumer Behavior in the Perspective of Economic Law of Conventional and Islamic, Supervisor: Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.HI
Key words: Consumer Behavior, Buying and selling online, Conventional Economics, Islamic Economics.

This research is motivated because of growing technology menyebabkan changes in consumer behavior. Even with ease consumers' online purchase made into a mandatory requirement and important for the survival of human beings through the transaction. Finally, in order to satisfy his lust, impact on expenditures over budget. So the need for a supplementary become a mandatory requirement.

The focus of this research are: 1) How does consumer behavior and selling online in the conventional economic law perspective ?, 2) How does consumer behavior and selling online in the perspective of economic laws of Islam? 3) What about the similarities and differences in consumer behavior and selling online in the perspective of conventional economic law and Islamic law ?. As for the purpose of this study was to describe the behavior of consumers and selling online in the perspective of economics Conventional and Islamic law, as well as to understand the similarities and differences of consumer purchase behavior onlien in two perspectives.

The type of assessment used in this thesis is the study of literature (library research) that systematically identify or analyze documents emanating from books, the Internet, or other sources related to consumer behavior, both in conventional and Islamic economics. Assessment approach used is qualitative approach, namely by collecting data from transcripts, reading books and other literary materials to analyze and find comparative data that researchers get. Methods of data analysis used in this study is a content analysis method, critic analysis, and comparative analysis.

After reviewing the authors from a variety of sources, can eventually authors conclude: (1) consumer behavior in the conventional economic perspective it means selfish capitalism, so that each individual prefers rational than spiritual. (2) Perspective of Islamic economics, consumer behavior online purchase based on the divine principle that within each activity required in order to meet consumers' needs are always guided by the principle of tawhid, the caliphate, and also justice. (3) The similarities and differences of both perspectives. Similarities between buying and selling online consumer behavior in carrying out activities in the consumption of conventional economics and Islamic economics equally used to meet their needs. The difference lies in the foundation, principles, motive and purpose of consumption, consumer needs and selling online, and on the theory of consumer behavior online trading.

ملخص

عبيد فهمي، [322113024NIM]، شراء أون لاين سلوك المستهلك في منظور القانون الاقتصادي من التقليدية والإسلامية، قسم القانون الاقتصادي الشريعة، المشرف الدكتور كتبوين أيبك الكلمات الرئيسية: سلوك المستهلك، شراء وبيع على الانترنت والاقتصاد التقليدية، الاقتصاد الإسلامي والدافع وراء هذا البحث بسبب التغيرات التكنولوجية المتنامية في سلوك المستهلك. حتى مع شراء سهولة المستهلكين على الانترنت تقدم الى شرط إلزامي ومهم لبقاء البشر من خلال المعاملة. وأخيراً، من أجل إرضاء شهوته، والتأثير على النفقات أكثر من الميزانية. وبالتالي فإن الحاجة لمكتملاً تصبح شرطاً إلزامياً. ويركز هذا البحث هي: (1) كيف سلوك المستهلك وبيع على الانترنت في منظور القانون الاقتصادي التقليدي، (2) كيف سلوك المستهلك وبيع على الانترنت في منظور القوانين الاقتصادية من الإسلام؟ (3) ماذا عن أوجه التشابه والاختلاف في سلوك المستهلك وبيع على الانترنت في منظور القانون الاقتصادي التقليدي والشريعة الإسلامية؟. أما بالنسبة للغرض من هذه الدراسة هو لوصف سلوك المستهلكين وبيع على الانترنت في منظور الاقتصاد التقليدية والشريعة الإسلامية، وكذلك لفهم أوجه الشبه والاختلاف في سلوك المستهلكين شراء online في منظورين.

نوع من التقييم المستخدمة في هذا البحث هو دراسة الأدب (البحوث المكتبية) التي تحدد بشكل منهجي أو تحليل الوثائق الصادرة من الكتب، وشبكة الإنترنت، أو من مصادر أخرى تتعلق سلوك المستهلك، سواء في الاقتصاد التقليدي والإسلامي. نهج تقييم المستخدم هو نهج نوعي، أي من خلال جمع البيانات من النصوص، وقراءة الكتب والمواد الأدبية الأخرى لتحليل والعثور على معلومات المقارنة أن تحصل على الباحثين. طرق تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي طريقة محتوى التحليل، تحليل الناقد، والتحليل المقارن.

بعد الإطلاع على الكتاب من مجموعة متنوعة من المصادر، ويمكن في نهاية المطاف خلص الباحثون: (1) سلوك المستهلك من منظور الاقتصادي التقليدي فهذا يعني الرأسمالية الأنانية، بحيث يفضل كل شخص عقلائي من الروحية. (2) وجهة نظر الاقتصاد الإسلامي، وشراء سلوك المستهلك عبر الانترنت على اساس مبدأ الإلهي الذي في كل النشاط المطلوب من أجل تلبية احتياجات المستهلكين وتسترشد دائماً مبدأ التوحيد، والخلافة، وأيضا العدالة. (3) وأوجه التشابه والاختلاف في وجهات النظر على حد سواء. أوجه التشابه بين بيع وشراء سلوك المستهلك عبر الإنترنت في القيام بأنشطة في استهلاك الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الإسلامي تستخدم على حد سواء لتلبية احتياجاتهم. الفرق يكمن في الأساس، والمبادئ، والدافع والغرض من الاستهلاك، واحتياجات المستهلك وبيع على الانترنت، وعلى نظرية التداول سلوك المستهلك عبر الإنترنت.