

**ANALISIS TINGKAT MINAT MASYARAKAT SEKITAR UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA TERHADAP PROGRAM JAMAL
(BERBELANJA-BERAMAL)**

*ANALYSIS OF INTEREST LEVEL OF SOCIETY AROUND MUHAMMADIYAH
UNIVERSITY OF SURAKARTA ABOUT JAMAL PROGRAM (SHOPPING-GIVING
CHARITY)*

¹⁾Asti Mediani, ²⁾Khusna Furoida, ³⁾Naufal Alifian Mubarak

^{1,2)}Program Studi Geografi, Fakultas Geografi

³⁾Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. Ahmad Yani, Pabelan, Kartasura, Surakarta 57162, Jawa Tengah, Indonesia

*Email: asti.alizein@gmail.com, khusnaf@gmail.com, alfin.mubarak7@gmail.com

ABSTRAK

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat terlepas dari rasa saling keterikatan satu sama lain yang pada akhirnya saling memberi dampak, tidak terkecuali dalam gaya hidup. Gaya hidup yang berlebihan dapat memunculkan sifat konsumtif yang tidak terkontrol dan menjadikan seseorang hedonis. Masyarakat Indonesia yang dikenal dengan kearifan budi yang luhur sudah seharusnya dapat mengontrol keinginan dan lebih mengedepankan kebutuhan daripada nafsu untuk memenuhi gaya hidup. Sebab seorang hedonis seringkali hanya memikirkan keinginan pribadi tanpa peduli terhadap sekitarnya, yang akhirnya mematickan rasa simpati terhadap manusia lainnya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Furqon ayat 67 untuk tidak berlebihan dan mengamalkan harta kita. Hal ini menjadikan landasan sebuah usulan program dimana masyarakat dapat berbelanja dan beramal dalam satu wadah dan satu waktu yaitu program JAMAL (Berbelanja-Beramal), yang nantinya dapat diakses secara online. Tujuan dari program ini adalah untuk menyeimbangkan jiwa sosial masyarakat dengan sifat konsumtif masyarakat, agar budi luhur dan kepekaan sosial masyarakat tetap terjaga, khususnya masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta baik itu mahasiswa sebagai perantau, ataupun masyarakat asli setempat. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar minat masyarakat terhadap alternatif yang diajukan ini, yaitu mengenai usulan program JAMAL dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Berbelanja, Beramal.

ABSTRACT

Humans are social beings that can not be separated from the sense of mutual attachment to each other that ultimately impact each other, not least about the lifestyle. Excessive lifestyle can be opened up the uncontrolled of consumptive behavior and made someone hedonist. An Indonesian people are known with wisdom and that should have been controlling desire to make a priority for what they need than what they want just to make fulfilling the lifestyles. Because mostly a hedonist only thinking for personal advantage and ignore everything around them, which eventually deadly the deepest sympathy for other human. Allah SWT said in the Al-Qur'an surah Al-Furqon verse 67 for not excessive and share our wealth. It make a suggestion to bring up a program where people can do in one place and one time, the program is JAMAL (shop-giving charity), and it will be accessible online. The purpose of this program is to balance the social lives with a behavior consumption, for keeping the behavior of nobility and social care still exist, especially the people around Muhammadiyah University of Surakarta whether it's student as settled foreigner or the local people. While this research attempts to see how much interest of the society for this alternative proposed, it's about the JAMAL program and the methods used in this research is qualitative research methods.

Key Words : Lifestyle, Shop, Giving charity.

PENDAHULUAN

Secara kodrat, manusia merupakan makhluk sosial yang hidup bermasyarakat dan berinteraksi satu sama lain (Aristoteles). Dalam prakteknya manusia dituntut untuk memiliki rasa sosial yang

tinggi dengan saling bersimpati dan berbagi dengan sesama. Selain itu, manusia merupakan makhluk ekonomi (*Homo Economicus*) yang menjadikan manusia memiliki kebutuhan yang beragam dan tidak pernah merasa puas. Manusia memiliki sifat untuk senantiasa memperbaiki dan meningkatkan kualitas dalam hidupnya. Artinya manusia sebagai makhluk ekonomi bersikap rasional, segala perilaku dan kegiatannya selalu memperhitungkan keuntungan yang diperoleh.

Pemenuhan kebutuhan manusia dilakukan dengan berbelanja dengan mengikuti gaya hidup yang dinamis sesuai jamannya. Gaya Hidup menurut Assel (Arieffy, 2008) merupakan pola kehidupan sehari-hari yang diwujudkan kedalam bentuk aktivitas, minat, dan opini. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong (1997) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Kegiatan tersebut dilakukan masyarakat dengan berbelanja. Kegiatan berbelanja sendiri merupakan suatu kegiatan yang tidak terlepas dari rangkaian kehidupan masyarakat modern. Terlebih kegiatan berbelanja ini didukung dengan pesatnya kemajuan teknologi yang kemudian mempermudah masyarakat dalam berbelanja dengan adanya sistem belanja online.

Belanja online di Indonesia mulai populer pada tahun 2006. Pada akhir tahun 2008 jumlah belanja online di Indonesia meningkat puluhan hingga ratusan persen dari tahun sebelumnya (Lathifah, 2016)

Adanya belanja online ini juga merupakan suatu tuntutan dan kebutuhan zaman dimana segala sesuatunya serba modern dan serba mudah. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Jamaludin, Arifin dan Hidayat (2015) bahwa mobilitas masyarakat yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang terhadap permintaan konsumen dengan cepat dan tepat. Berdasarkan hal tersebut belanja online dapat dikatakan sebagai salah satu cara yang efektif, sebab dengan adanya sistem belanja online masyarakat dipermudah dalam melakukan kegiatan berbelanja. Masyarakat tidak perlu mengunjungi pertokoan untuk berbelanja dan untuk mendapatkan barang yang diinginkan masyarakat hanya perlu mencarinya dalam situs online dan pembayarannya pun dapat dilakukan secara online.

Hal ini sejalan dengan pendapat Ishak (2012) bahwa kegiatan belanja online merupakan cara baru dalam melakukan transaksi. Dalam kegiatan ini pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung seperti halnya proses penjualan biasa. Efisiensi waktu dan juga efektifitas dalam proses transaksi merupakan hal yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan belanja online.

Belanja online juga tidak hanya mempermudah masyarakat sebagai konsumen, tetapi juga mempermudah para pelaku bisnis lainnya seperti pedagang atau pengusaha. Menurut Damerianta dan Mujiyana (2009) menyatakan bahwa dalam bisnis online salah satu usaha yang dilakukan oleh pengusaha untuk bisa menjangkau konsumen adalah memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi seperti halnya internet, karena internet merupakan metode yang efektif untuk menjangkau konsumen dalam potensi yang besar.

Dipermudahnya masyarakat dengan adanya belanja online juga perlu pengontrol, agar sifat konsumtif yang secara alamiah ada pada diri manusia tidak melebihi batas. Sifat konsumtif yang berlebihan dalam diri seseorang bukan merupakan hal yang baik, sebab sifat konsumtif ini mengacu pada manusia sebagai makhluk ekonomi.

Besarnya sifat konsumtif tidak lagi mementingkan prioritas dalam berbelanja, tetapi lebih mengedepankan pemenuhan berdasarkan keinginan. Konsumtif sendiri menurut Barry (1994) dalam Lathifah (2006) adalah pemakaian barang-barang yang sifatnya hanya karena tuntutan gengsi saja bukan atas dasar kebutuhan yang dipentingkan. Hal ini dapat melahirkan sifat hedonis yang mana berakar dari filsafat hedonism yaitu memposisikan kesenangan dalam konten dan makna hidup. Hedonism merupakan teori etika yang memaknai bahwa memperoleh kesenangan atau menghindari kesulitan sebagai sesuatu kebaikan, dan memperoleh sesuatu kesulitan sebagai keburukan (Hopkinson & Pujari, 1999). Hal ini diperkuat oleh pendapat Salim (2002) kesenangan (hedon) merupakan prinsip yang menganggap bahwa sesuatu dianggap baik jika sesuai dengan kesenangan yang didapatkannya, sebaliknya sesuatu yang mendatangkan kesusahan, penderitaan atau tidak menyenangkan dinilai tidak baik.

Menurut Suwindo (2001), karakter semua individu yang memiliki gaya hidup hedonis adalah cenderung impulsif, lebih irasional, cenderung *follower* dan mudah dibujuk. Sebab itu

perlu adanya penyeimbang agar sifat konsumtif yang secara alamiah ada pada diri manusia tidak berlebihan. Hal ini akan berdampak pada ketimpangan sifat dimana seorang dengan sifat konsumtif yang tidak terkontrol dapat mengabaikan sifat sosial mereka sebagai manusia yang akhirnya merusak rasa kepedulian terhadap sesama dan lingkungan. Hal ini selaras dengan yang dipaparkan oleh Salam (2000) Apabila gaya hidup ini sudah melekat pada seseorang dengan tingkatan yang tinggi, seseorang itu akan cenderung mementingkan diri sendiri dan tidak peduli dengan lingkungan dan orang-orang yang ada disekitarnya.

Padahal dalam Al – Qur'an surat Al-Furqon ayat 67, Allah SWT berfirman:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.

Berdasarkan Firman Allah SWT tersebut dapat dipahami bahwa sebagai manusia yang beriman perlu adanya keseimbangan dan kontrol dalam membelanjakan hartanya dan dalam menyikapi kemajuan dan pesatnya teknologi pada zaman masyarakat tidak hanya dipermudah dengan sistem berbelanja secara online, tetapi kini pun beramal dapat secara online seperti penyaluran donasi ataupun sedekah yang disalurkan secara online.

Dalam kajian syariat islam penyaluran donasi ataupun sedekah yang dilakukan secara online bukanlah suatu hal yang terlarang dan melanggar syariat. Sebab, kini tidak hanya penyaluran donasi ataupun sedekah secara online, zakat secara online pun kini telah diterapkan di Indonesia. Salah satu lembaga yang menerapkan zakat online ini adalah Rumah Zakat dan 70 persen hasil zakat disalurkan oleh donatur secara online (pikiran-rakyat.com, 2017:05). Sehingga apabila diterapkan penyaluran donasi ataupun sedekah secara online maka tidak menjadi masalah, sebab zakat yang merupakan rukun islam pun telah diterapkan secara online. Oleh sebab itu, donasi ataupun sedekah yang disalurkan secara online tidak melanggar syariat.

Beramal dalam hal ini dapat diwujudkan dengan bersedekah ataupun memberikan donasi. Menjual barang tidak terpakai untuk kemudian didonasikan juga termasuk dalam kegiatan beramal.

Menurut Wisnuwardhani, Suyadi, dan Sunarti (2015) Penjualan barang bekas telah menjadi fenomena lebih dari satu dekade ini karena penjualan barang bekas adalah bisnis yang dapat memberi keuntungan dalam skala besar.

Berbeda dengan barang bekas rongsok, barang bekas *preloved* merupakan barang bekas yang seringkali dikenal sebagai *secondhand* atau barang yang masih layak digunakan dengan kualitas yang bagus dan masih memiliki nilai jual.

Preloved merupakan sebuah kosa kata yang menurut Oxford Dictionaries berarti barang yang sebelumnya pernah dimiliki dan akan berpindah tangan, atau istilah lainnya adalah *secondhand* (prelo.co.id, 2016:04)

Meskipun *preloved* sering diidentikkan dengan barang bekas bermerek, tetapi pada dasarnya *preloved* tidak hanya ditujukan untuk barang-barang bekas yang bermerek. Pada portal prelo.co.id dijelaskan bahwa barang *preloved* terdapat beberapa jenis, yaitu barang yang pernah dibeli dan hanya digunakan beberapa kali, barang yang dibeli dan tidak pernah terpakai, serta barang pemberian orang lain yang tidak pernah terpakai.

Tren menjual dan membeli barang *preloved* ini sudah dilakukan banyak artis dan publik figur di Indonesia, serta tidak sedikit dari mereka memanfaatkan hasil penjualan barang *preloved* ini untuk didonasikan. Luna Maya dan Raline Shah adalah contoh dari publik figur yang menyumbangkan penjualan barang *preloved* mereka kepada Yayasan Mitra Netra yang berpartisipasi dalam acara Hunt2Save yang diselenggarakan oleh portal HuntStreet.com (fimela.com, 2017:09)

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui Bagaimana minat masyarakat terutama pada kajian ini adalah masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap Program JAMAL (Berbelanja-Beramal). Program ini merupakan suatu jenis program dengan konsep berbelanja dan beramal dalam satu kesatuan wadah. Program ini bertujuan sebagai solusi masyarakat untuk menyeimbangkan diri antara sifat konsumtif yang diwujudkan dengan berbelanja dan sikap sosial yang diwujudkan dengan beramal ataupun bersedekah.

Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) ini pada dasarnya merupakan penggabungan antara program penyaluran donasi secara online, berbelanja dengan sistem online, dan pembelian serta penjualan barang *preloved* secara online. Sebelum program ini diterapkan, peneliti merasa perlu untuk

mengetahui minat dari masyarakat terutama pada sample ini adalah masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan melakukan analisa minat masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap adanya Program JAMAL (Berbelanja-Beramal).

Penelitian ini menarik dan penting untuk dilakukan, sebab menurut peneliti penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur dan landasan dalam perancangan Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) agar nantinya dapat disambut baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan pengisian kuesioner. Creswell (2008) dalam Raco (2010) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Kemudian Raco (2010) menjabarkan lebih dalam lagi sistematika metode kualitatif, bahwa untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Pada penelitian ini hasil wawancara terhadap masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta kemudian dikumpulkan dengan ragam informasi yang didapatkan berupa kata atau teks. Informasi yang telah terkumpul kemudian dapat menjadi data untuk selanjutnya dianalisis.

Penelitian ini dalam pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* yang artinya sample diambil sesuai dengan menitikberatkan pada tujuan penelitian. Metode pengambilan sample ini merupakan hal yang penting dilakukan sebelum nantinya melakukan observasi, wawancara, dan pengisian kuesioner. Observasi menurut Raco (2010) berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Sedangkan wawancara (*interview*) dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner. Ini disebabkan oleh karena peneliti tidak dapat mengobservasi seluruhnya. Tidak semua data dapat diperoleh dengan observasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitik yang mana menurut Sugiyono (2005) penelitian ini mengkaji prespektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksible. Penelitian kualitatif ini juga ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Gagasan pada penelitian ini berlandaskan pada hasil observasi mengenai fenomena sosial yang sering terjadi saat ini, yaitu masyarakat yang mengikuti gaya hidup kekinian sehingga menimbulkan dampak perilaku konsumtif berlebihan. Oleh karenanya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dimaksudkan untuk mengetahui hasil dari analisa tingkat minat masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap Program JAMAL (Berbelanja-Beramal).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan dipilih secara acak berdasarkan tujuan penelitian (*purposive sampling*), berjumlah 10 orang yang merupakan Masyarakat sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selanjutnya, hasil wawancara yang diolah dengan Metode Distribusi Frekuensi dan Metode Likert sebagai Pembanding.



Gambar 1. Prosentase Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, jenis pekerjaan partisipan bervariasi yang didominasi Mahasiswa dan Wiraswasta masing-masing 30%. Mayoritas partisipan telah memahami pentingnya prinsip dalam kegiatan sosial dan ekonomi, dibuktikan dengan sebagian besar jawaban partisipan sesuai dengan teoritis maupun praktik dilapangan, yaitu lebih dari (50%) masyarakat mengerti. Meskipun demikian, masih terdapat perbedaan pendapat dikalangan masyarakat yang mana hal ini dilatar belakangi adanya sikap gengsi dalam kegiatan Jual-Beli, (60%) menjawab benar dan yang lain sisanya.

Guna memperdalam informasi wawancara, partisipan dikelompokkan menurut tingkah laku masyarakat dan aktivitas sosial khususnya dalam hal berbelanja dan beramal dibantu dengan kuesioner.

Tabel 1. Kategori Penilaian Likert

Kategori Penilaian Likert	
Interval	Kategori
0-24,9%	Sangat Tidak Setuju
25-49,9%	Tidak Setuju
50-74,9%	Setuju
75-100%	Sangat Setuju

a. Gaya Hidup dan Kebiasaan Berbelanja

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat masa kini. Masyarakat semakin dimudahkan dengan adanya teknologi dalam pemenuhan kebutuhan dan gaya hidup.

Masyarakat tentu sudah tidak asing dengan sistem jual beli online, bahkan memberikan respon positif terhadap sistem transaksi online. Keefektifan dan kemudahan dalam berbelanja online dinilai menguntungkan bagi pembeli dan penjual.

Dengan kemudahan tersebut, masyarakat seringkali bersikap boros hingga menjadikan masyarakat konsumtif. Sifat konsumtif yang tidak terkontrol berpotensi mengubah gaya hidup masyarakat menjadi hedonis. Meskipun demikian, sebanyak 70% partisipan tidak menyetujui pola hidup tersebut. Partisipan menyadari bahwa gaya hidup yang cenderung hedonis bukanlah gaya hidup yang baik.

Namun, dalam kenyataannya sikap hedonis tetap tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat masa kini. Akan tetapi, dengan keyakinan bahwa hal itu buruk serta keinginan menabung yang cukup besar, masyarakat tidak merasa bahwa dirinya bukanlah seorang hedonis yang selalu mengikuti gaya hidup kekinian.

b. Kebiasaan Beramal

Rasa ingin saling berbagi terhadap sesama harus ditumbuhkan. Hal ini guna menyikapi gaya hidup masyarakat modern agar tidak berlebihan dan dapat di kontrol dari sisi sosial agar tetap peduli terhadap sesama, salah satunya dengan Beramal.

Sistem online tidak hanya dapat diterapkan dalam transaksi Jual-Beli. Akan tetapi, transaksi berbagi dan beramal terhadap sesama juga bisa dilakukan dengan sistem online. Partisipan mendukung penuh program berbagi dan beramal secara online baik dalam hal donasi maupun sedekah

Semua partisipan sangat setuju dan memberikan tanggapan positif bahwa kebiasaan beramal merupakan hal baik yang harus selalu di tingkatkan hal ini berdasarkan 90% nilai likert. Masyarakat mengerti bahwa beramal menjadi suatu hal yang penting karena dapat bermanfaat bagi orang lain. *“Dengan berbagi dan beramal kita mampu berguna bagi orang lain”*. Barang pribadi seperti pakaian sepatu dan buku menjadi barang yang sering diamalkan.

Meskipun demikian, beberapa partisipan masih memiliki rasa ragu terhadap penyaluran donasi secara online. Hal ini dapat menjadi tantangan dan tugas besar bagi para pelaksana ataupun penyalur untuk membangun kepercayaan masyarakat.

c. Program Berbelanja-Beramal

Hasil dari wawancara dan observasi yang didukung dengan adanya hasil kuesioner memperoleh respon positif dari partisipan terhadap gagasan Program Berbelanja dan Beramal (JAMAL) ini. Sebab,

menurut partisipan program ini merupakan program yang inovatif dan solutif dalam mengatasi permasalahan gaya hidup masa kini.

Antusiasme masyarakat apabila program ini berjalan dapat dikatakan sangat besar. Hal ini terbukti bahwa semua partisipan sangat setuju untuk mendukung program ini dibuktikan dengan nilai likert 78%.

Menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat ketika mereka dapat menjual barang pribadi yang sudah tidak terpakai (*Preloved*). Barang *Preloved* yang berharga tentu menguntungkan bagi penjual maupun pembeli yang menginginkan barang tersebut.

Meskipun beberapa partisipan masih ragu terhadap sistem keamanan ketika transaksi dilakukan secara online. Namun, hal ini bukanlah suatu penolakan dari masyarakat. Keraguan dari beberapa partisipan dapat dijadikan motivasi bagi penyelenggara ataupun pelaksana program yang nantinya berjalan agar jujur dan amanah sehingga dapat membangun rasa kepercayaan dari masyarakat. Sebab, dalam sistem transaksi online baik berbelanja maupun beramal perlu adanya rasa percaya terhadap masing masing pihak.

Dengan demikian, diketahui bahwa banyaknya tanggapan positif, dukungan dan tingginya minat masyarakat sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) terhadap program ini dapat berjalan dan dijadikan dasar serta motivasi pelaksana program untuk terus meningkatkan dan mewujudkan program yang bermanfaat bagi sesama.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa dan wiraswasta mendominasi partisipan sebanyak 30% pada masing-masing kategori. Partisipan memahami akan pentingnya prinsip dalam kegiatan sosial dan ekonomi. Kemudian, partisipan menyetujui bahwa kebutuhan menjadi latar belakang dalam kegiatan jual beli. Hedonis dalam kegiatan jual beli menjadi pola hidup yang 70% tidak disetujui partisipan namun secara tidak sadar partisipan telah mengikuti pola hidup tersebut. Berdasarkan nilai likert 90%, mayoritas partisipan mendukung adanya upaya peningkatan dalam kegiatan beramal di masyarakat, sehingga antusiasme masyarakat terhadap Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) dinilai sangat baik. Sehingga dapat diartikan bahwa masyarakat sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta menantikan penerapan dari Program ini, dibuktikan dengan nilai likert 78%. Respon baik masyarakat ini dapat menjadikan motivasi dan landasan dasar untuk pelaksanaan dari Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) ini.

Penelitian ini masih membutuhkan penelitian lanjutan untuk menindaklanjuti tanggapan dari masyarakat setelah terlaksananya program ini, agar nantinya dapat dilakukan penilaian dan pengembangan analisis kembali tanggapan dari masyarakat setelah adanya bentuk nyata dari Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) ini. Selain itu, penelitian lanjutan juga diperlukan sebagai evaluasi awal dari Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) apabila program ini terlaksana, hingga nantinya berlanjut dengan evaluasi lanjutan secara berkala. Tujuannya tidak lain adalah agar Program JAMAL (Berbelanja-Beramal) ini dapat memberikan lebih banyak manfaat kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aderila, R. 2015. *Hubungan Pemahaman Konsep Geosfer dalam Pembelajaran Geografi dengan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik di SMA Negeri Kota Jambi*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ariefy, S. dkk. 2008. *Dugem : Gaya Hidup hedonis dikalangan Anak Muda*. Jurnal Ilmiah Psikologi, 10, ISSN 0854-2880.
- Azizah, R. (2016, Nov). *Tren Preloved Online Shop : Ketika Barang Bekas Naik Kelas*. Tren Shopping. Diunduh dari: www.femina.co.id tanggal 27 Juli 2018.
- Fitria, T. N. 2017. *Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 3(1), ISSN : 2477-6157.
- Genu, W. (2017, Nov). *Luna Maya, Raline Shah Jual Fashion Item Pribadi untuk donasi skala besar*. Diunduh dari: www.fimela.com tanggal 27 Juli 2018.

- Hamidi, & Rifa'i, M. 2016. *Efektivitas Promosi Online dalam pengambilan keputusan oleh Konsumen*. Naskah tidak dipublikasikan. Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang.
- Ishak, A. 2012. *Analisis kepuasan pelanggan dalam belanja online : Sebuah studi tentang penyebab (Antecedents) dan konsekuensi (consequents)*. Jurnal Siasat Bisnis. 16(2). 141-154.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. 2015. *Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Survei pada pelanggan Angkasa Shop di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 21(1).
- Komalasari, T. W. (2017, Mei). *Tren Bayar Zakat Secara Online, Bagaimana Hukumnya?*. Ekonomi. Diunduh dari: www.pikiran-rakyat.com tanggal 27 Juli 2018.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 1997. *Principles of Marketing (ed.3)*. Alih Bahasa : Sindoro dan Mulan. Jakarta : Prenhalindo.
- Kushendrawati, S. M. 2006. *Masyarakat Konsumen sebagai ciptaan kapitalisme global : Fenomena Budaya dalam realitas sosial*. Makara, Sosial Humaniora 2(10). 49-57.
- Maharani, S. D. *Manusia sebagai Homo Economicus: Refleksi atas Kasus-Kasus Kejahatan di Indonesia*. Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada.
- Mujiyana, & Damerianata, S. 2009. *Pengaruh pelaksanaan program periklanan melalui internet dan pemasaran melalui email terhadap pemrosesan informasi periklanan serta implikasinya terhadap keputusan pembelian pada PT. San Miguel Indonesia di wilayah Jakarta dan Bogor*. Seminar Nasional Aplikasi Informasi, ISSN : 1907-5022.
- Mungaran, A. S. (2016). *Penasaran sama Arti Barang Preloved? Ini dia penjelasannya*. Fashion Wanita. Diunduh dari: www.prelo.co.id tanggal 27 Juli 2018.
- Rianton. 2013. *Hubungan Antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Kab. Dharmasraya di Yogyakarta*. Naskah tidak dipublikasikan. Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.
- Salam, B. 2000. *Etika Individual : Pola Dasar Filsafat Moral*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sarwono, S. W. 2003. *Psikologi Remaja*. Jakarta : Rajawali Press.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sumenge, M. M. 2013. *Penipuan menggunakan Media Internet berupa Jual-Beli online*. Lex Crimen, 3(4).
- Suwindo. 2001. *Komunikasi Anak Remaja Padang*. Padang : PT. Padang Panjang.
- Wisnuwardhani, L., Imam, S., & Sunarti. 2015. *Upaya peningkatan penjualan baju bekas melalui media facebook (Studi pada Viece Second Kalla)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 1(1).
- Yuliawati, Y., & Indri, F. S. 2017. *Belanja Hedonis di Kalangan Mahasiswa*. Naskah tidak dipublikasi. Fakultas Ekonvomi Uninus.