

Pentingnya Etika Dalam Mengonsumsi Produk: Implikasi dan Tantangan Dalam Masyarakat Kontemporer

Tiara Hasanah Putri Saragih^{1*}, Cindi Claudia Hutabarat², Adelia Ayu Armaya³, Sofatun Nissa⁴, Rizqa Amelia⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: tiarasrgh1208@gmail.com^{1*}

Abstrak

Penelitian membahas tentang pentingnya etika dalam mengonsumsi produk: implikasi dan tantangan masyarakat kontemporer. Tujuan penelitian ini yaitu: 1) untuk mendeskripsikan pentingnya sebuah etika dalam mengonsumsi suatu produk, 2) untuk mengetahui bagaimana masyarakat kontemporer menghadapi implikasi dan tantangan dalam konsumsi. Penelitian ini menggunakan metode literatur, yang disusun dari berdasarkan dari 1) Memilih sumber pustaka, 2) Menelusuri sumber pustaka, 3) Membaca sumber pustaka, 4) Melakukan pencatatan, 5) Penyajian kajian pustaka. Dari hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut: 1) Bahwa etika konsumsi sangatlah penting dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa hingga akan mendapatkan manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain, 2) Dengan adanya implikasi dan tantangan terkait etika konsumsi membutuhkan tindakan kolektif dari konsumen, produsen, pemerintah, dan lembaga terkait untuk mencapai praktik konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Keyword: Etika konsumsi, Implikasi, Masyarakat kontemporer, Produk, Tantangan

PENDAHULUAN

Dalam masyarakat kontemporer yang gejolak dan cepat berubah, konsumsi produk telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Setiap individu, tanpa memandang latar belakang sosial, ekonomi, atau budaya, terlibat dalam kegiatan konsumsi. Namun, dalam proses ini, seringkali aspek etika dalam mengonsumsi produk terabaikan atau diabaikan (Rahmat Ilyas, 2016). Etika konsumsi melibatkan pertimbangan tentang nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip yang terkait dengan cara kita mengonsumsi produk, termasuk pertimbangan terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam masyarakat kontemporer, kesadaran akan pentingnya etika dalam mengonsumsi produk menjadi semakin mendesak (Khafidin, 2020).

Implikasi dari konsumsi yang tidak etis dapat sangat merugikan individu, masyarakat, dan lingkungan. Dalam konteks sosial, konsumsi yang tidak bertanggung jawab dapat menghasilkan ketidaksetaraan sosial, eksploitasi buruh, dan pelanggaran hak asasi manusia dalam rantai pasok produk (Mudrikah & Ayuningtyas, 2021). Dalam aspek ekonomi, konsumsi yang tidak etis dapat menghasilkan praktik bisnis yang tidak adil, monopoli, dan penyalahgunaan kekuasaan pasar. Sedangkan dalam konteks lingkungan, konsumsi yang tidak bertanggung jawab dapat menyebabkan kerusakan ekosistem, hilangnya keanekaragaman hayati, dan peningkatan emisi gas rumah kaca. Tantangan dalam menerapkan etika dalam mengonsumsi produk di masyarakat kontemporer juga tidak

bisa diabaikan. Konsumen sering dihadapkan pada pilihan yang sulit antara memenuhi kebutuhan sehari-hari dan memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip etis. Selain itu, informasi produk yang tidak transparan dan praktik pemasaran yang manipulatif seperti greenwashing juga menyulitkan konsumen untuk membuat keputusan yang etis.

Dalam konteks ini, penelitian dan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya etika dalam mengonsumsi produk serta implikasi dan tantangannya dalam masyarakat kontemporer menjadi sangat relevan. Dengan memperkuat kesadaran akan etika konsumsi dan menghadapi tantangan yang ada, kita dapat mempromosikan konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan, menjaga keseimbangan antara kebutuhan individu dan kepentingan sosial dan lingkungan yang lebih luas.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur (Melfianora, 2019). Metode penelitian studi literatur merupakan pendekatan yang berguna untuk mengidentifikasi gap pengetahuan, memahami perkembangan terkini dalam bidang studi, dan memberikan landasan teoritis yang kuat untuk penelitian lanjutan. Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan untuk menjawab penting adanya etika dalam mengonsumsi produk, implikasi dan tantangannya dalam masyarakat kontemporer sekarang ini, serta adapun data

pendukung sebagai penunjang seperti surat kabar, majalah, artikel, *e-book* dari internet, data gambar dan grafik sesuai dengan topik (Melfianora, 2019). Penelitian terdahulu serta data pendukung yang sudah terkumpul selanjutnya dikompilasi, dianalisis dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai pentingnya etika dalam mengonsumsi produk: implikasi dan tantangan dalam masyarakat kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya etika dalam mengonsumsi produk memiliki implikasi dan tantangan yang signifikan dalam masyarakat kontemporer. Dalam konteks ini, etika mengacu pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengarahkan tindakan individu saat membeli dan menggunakan produk. Diskusi mengenai pentingnya etika dalam mengonsumsi produk sering kali berfokus pada tiga aspek utama: dampak lingkungan, dampak sosial, dan tanggung jawab individu. Salah satu implikasi penting dari adopsi etika dalam mengonsumsi produk adalah pengaruh terhadap lingkungan (Poernomo et al., 2021).

Berdasarkan penelusuran penelitian sebelumnya, peneliti melakukan tinjauan pustaka yang mana terdapat judul penelitian untuk dijadikan pembandingan. Adapun judul penelitian pemahaman nilai-nilai etika konsumsi islam terhadap perilaku konsumtif masyarakat Indonesia (Basuki Achmad, 2022). Dari hasil penelitian diatas dijelaskan bahwa dari sudut pandang Islam, perilaku konsumsi ditentukan oleh kenyataan

bahwa masyarakat awam, khususnya umat Islam, harus selalu menjaga unsur halal dan “tayiban” sebagai tanda konsumsi makanan, sehingga ketika mereka menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Tindakan Israf dan Tabziel harus dihindari. Konsumsi sebagai langkah untuk menjaga kesehatan fisik dan mental.

Selanjutnya, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai aspek material dan spiritual dari konsumsi, baik yang didefinisikan sebagai nilai guna total (*total utility*) dan nilai guna marjinal (*marginal utility*) dalam konsumsi yang dicapai dengan keseimbangan semua Muslim berusaha untuk memaksimalkan nilai utilitas dari semua barang yang dikonsumsi, sehingga menjadi lebih baik dan lebih optimis dalam hidup dan kehidupan (Achmad, 2022).

Dalam masyarakat yang semakin sadar akan isu-isu lingkungan, penting bagi individu untuk mempertimbangkan dampak produk yang mereka konsumsi terhadap alam. Hal ini termasuk di dalamnya penilaian terhadap metode produksi yang ramah lingkungan, bahan baku yang berkelanjutan, dan siklus hidup produk. Dengan memilih produk yang memperhatikan aspek-aspek ini, individu dapat berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Selain dampak lingkungan, etika dalam mengonsumsi produk juga mencakup dampak sosial. Produk-produk yang kita beli dan dukung dapat memiliki implikasi

langsung pada masyarakat dan kondisi kerja di dalam industri tertentu. Misalnya, memilih produk-produk yang diproduksi dengan standar kerja yang adil dapat membantu mempromosikan upah yang layak dan kondisi kerja yang aman (Aulia et al., 2013).

Etika dalam mengonsumsi produk juga melibatkan kesadaran akan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial, seperti menghindari produk yang melibatkan eksploitasi anak, buruh paksa, atau pelanggaran hak asasi manusia. Namun, dalam masyarakat kontemporer, menghadapi tantangan dalam menerapkan etika dalam mengonsumsi produk adalah ketersediaan informasi yang terkadang terbatas. Banyak perusahaan tidak sepenuhnya transparan tentang praktik mereka, dan konsumen sering kali kesulitan dalam memperoleh informasi yang jelas tentang dampak lingkungan dan sosial suatu produk. Selain itu, harga sering kali menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga sulit untuk memilih produk yang lebih beretika ketika pilihan tersebut lebih mahal atau sulit diakses.

Selain itu, tantangan lainnya adalah daya tarik konsumen terhadap tren dan merek tertentu yang seringkali tidak mencerminkan nilai-nilai etis. Perilaku konsumen yang didorong oleh status sosial dan tren mode dapat menghalangi pengadopsian etika dalam mengonsumsi produk. Masyarakat juga dapat menghadapi tekanan sosial dan budaya yang mempromosikan konsumsi berlebihan dan materialisme, sehingga mengabaikan pertimbangan etika.

Untuk mengatasi tantangan ini, perlu ada upaya kolaboratif antara konsumen, produsen, dan pemerintah. Konsumen perlu memperluas kesadaran mereka tentang implikasi sosial dan lingkungan dari produk yang mereka beli serta memprioritaskan etika dalam pengambilan keputusan konsumsi mereka (Fauzan & Nuryana, 2014). Produsen harus menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, serta memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen.

Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mempromosikan kebijakan dan regulasi yang mendukung produksi dan konsumsi yang beretika. Secara keseluruhan, pentingnya etika dalam mengonsumsi produk memiliki implikasi yang signifikan dalam masyarakat kontemporer, termasuk dampak lingkungan, dampak sosial, serta tantangan dalam mengakses informasi dan mengatasi tekanan budaya. Dengan kesadaran dan tindakan yang tepat dari semua pihak terkait, masyarakat dapat bergerak menuju pola konsumsi yang lebih beretika dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Etika memiliki peranan penting dalam mengonsumsi produk. Kesadaran akan etika konsumsi membawa implikasi yang signifikan dalam upaya menciptakan masyarakat yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Implikasi dari ketidakpatuhan terhadap etika konsumsi dapat meliputi dampak negatif pada lingkungan, eksploitasi tenaga kerja, atau

pelanggaran hak asasi manusia. Oleh karena itu, penting bagi individu dan masyarakat untuk memahami implikasi dari pilihan konsumsi mereka.

Dengan meningkatkan pemahaman tentang etika konsumsi, individu dapat membuat keputusan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab. Kerjasama antara pemerintah, industri, dan konsumen juga menjadi kunci dalam mendorong pengembangan produk yang lebih etis dan ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penulisan jurnal ini, dan juga kepada rekan-rekan tim yang telah kerjasama dalam penulisan jurnal. Kepada penelitian-penelitian sebelumnya kami ucapkan terima kasih tanpa penelitian sebelumnya kami tidak akan dapat menyelesaikan penulisan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B. (2022). Pemahaman Nilai-Nilai Etika Dalam Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1707–1715.
- Aulia, I., Dosen, F., Sunan, U., & Jati, G. (2013). Implementasi Konsep Etika Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *Hukum Islam*, XIII(1), 154–169.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford University Press.
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap

- Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 38. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>.
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15. <http://eprints.umsida.ac.id/6801/>
- Melfianora. (2019). Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur. *Open Science Framework*, 1–3.
- Mudrikah, S., & Ayuningtyas, R. D. (2021). Ethics Of Islamic Consumption Behavior on Discount Promotion and Flash Sale (Overview of Theoretical Economics of Umar bin AL-Khattab). *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 114–120.
- Poernomo, F. W., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). Analisis Pemanfaatan Etika Bisnis Islam Dalam Kegiatan Produksi. Poernoma, Fatma Wati Fasa, Muhammad Iqbal Suharto, Suharto, 22(2), 169–180.
- Rahmat Ilyas. (2016). Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth*, Vol. 1, No(152–172), 152–172.