



## KONSEP MAS'ULIYAH DALAM ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI KONTEN HIBURAN DIGITAL NETFLIX ( STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS HASYIM ASY'ARI )

Dwi Rangga Prasetyo<sup>1</sup>, Ninik Azizah<sup>2</sup>

E-mail : [dwirangga77@gmail.com](mailto:dwirangga77@gmail.com) . [ninik.azh4@gmail.com](mailto:ninik.azh4@gmail.com)

Progam Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas Agama Islam

Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

**Abstract:** Digital transformation has reshaped entertainment consumption patterns, with Netflix emerging as the primary platform for millennial students. However, the growing consumption of digital content raises ethical dilemmas related to moral values and religiosity. This study examines the implementation of the Islamic principle of mas'uliyah (accountability) in students' digital entertainment consumption behavior at Hasyim Asy'ari University. Employing a qualitative-descriptive and empirical juridical approach, data were collected through observation, in-depth interviews, documentation, and surveys involving 205 respondents across various faculties. Findings indicate a gap between ethical awareness and practice: while most respondents acknowledge the importance of responsibility in content selection, actual application remains low. Consumption tends to be driven by entertainment preferences rather than ethical considerations. This study recommends strengthening the internalization of mas'uliyah values through Islamic ethics-based education and digital literacy programs to promote more responsible and sustainable consumption patterns.

**Keywords:** Mas'uliyah, Islamic Business Ethics, Consumption Behavior, Digital Entertainment Content, UNHASY Students.

**Abstrak:** Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi hiburan, dengan Netflix menjadi platform utama bagi mahasiswa generasi milenial. Namun, meningkatnya konsumsi konten digital memunculkan dilema etis terkait nilai moral dan religiusitas. Studi ini mengkaji implementasi prinsip mas'uliyah (*akuntabilitas*) dalam Islam terhadap perilaku konsumsi hiburan digital mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari. Menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dan yuridis empiris, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan survei terhadap 205 responden lintas fakultas. Hasil menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran dan praktik etis: meski mayoritas mengakui pentingnya tanggung jawab dalam memilih konten, implementasinya masih rendah. Konsumsi lebih dipengaruhi preferensi hiburan dibanding pertimbangan etis. Studi ini merekomendasikan penguatan nilai *mas'uliyah* melalui edukasi dan literasi digital berbasis etika Islam guna mendorong konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Mas'uliyah, Etika Bisnis Islam, Perilaku Konsumsi, Konten Hiburan Digital, Mahasiswa UNHASY.

<sup>1</sup> Mahasiswa S-1 Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam UNHASY Tebuireng Jombang

<sup>2</sup> Dosen Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam UNHASY Tebuireng Jombang

## PENDAHULUAN

Di era digital yang serba cepat, kebutuhan manusia terhadap hiburan mengalami transformasi signifikan. Hiburan tidak lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan penting bagi banyak individu sebagai bentuk relaksasi dan pelarian dari tekanan hidup sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi turut mendorong perubahan ini dengan melahirkan berbagai platform digital yang memungkinkan akses mudah dan instan terhadap beragam jenis konten hiburan, seperti film, musik, dan serial web<sup>3</sup>.

Salah satu *platform* yang menonjol dalam lanskap hiburan digital global adalah *Netflix*. Didirikan pada tahun 1997 oleh Marc Randolph dan Reed Hastings, *Netflix* awalnya merupakan layanan penyewaan DVD secara daring. Namun, seiring perkembangan teknologi, perusahaan ini bertransformasi menjadi penyedia layanan *streaming* berbasis *video on demand* (VOD) pada tahun 2010. Model bisnis berbasis langganan yang ditawarkan *Netflix* memungkinkan pengguna mengakses berbagai konten kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital seperti laptop, tablet, atau smart TV, tanpa terganggu iklan atau batasan waktu tayang.<sup>4</sup>

Kehadiran *Netflix* memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mengonsumsi hiburan, fenomena ini juga memunculkan tantangan baru dari perspektif Etika Bisnis Islam. Dalam Islam, konsumsi tidak hanya dilihat sebagai pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual. Islam membedakan antara kebutuhan (*need*) yang bersifat esensial dan keinginan (*want*) yang cenderung subjektif dan tak terbatas.<sup>5</sup> Konsumsi dalam Islam harus dilakukan secara bijak, seimbang, tidak berlebihan (*israf*), serta mempertimbangkan aspek halal-haram dan manfaat-mudarat dari konten yang dikonsumsi.

Hal ini menjadi penting mengingat tidak semua konten di *Netflix* sejalan dengan nilai-nilai Islam. Beberapa konten mengandung unsur negatif seperti pornografi, kekerasan, dan bahasa yang tidak pantas, yang dikhawatirkan dapat memengaruhi perilaku penonton, terutama generasi muda. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan tanggung jawab dalam memilih konten, yang dalam Islam dikenal dengan konsep *mas'uliyah* yakni tanggung jawab individu terhadap segala tindakannya, termasuk dalam konsumsi konten digital.

Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif turut terdampak oleh tren ini. Di Universitas Hasyim Asy'ari (UNHASA), perilaku konsumsi mahasiswa sering dipengaruhi oleh gaya hidup, lingkungan, dan kurangnya literasi digital serta keuangan. Banyak di antara mereka menghabiskan waktu untuk kegiatan konsumtif tanpa mempertimbangkan manfaat dan dampaknya, sehingga berpotensi melampaui batas antara kebutuhan dan keinginan.<sup>6</sup>

Maka dari itu, penting untuk menanamkan pemahaman mengenai etika konsumsi dalam Islam serta penerapan konsep *mas'uliyah* dalam mengakses konten hiburan digital. Pendekatan ini diharapkan dapat membentuk perilaku konsumsi mahasiswa yang lebih bijak, bertanggung jawab, dan berlandaskan nilai-nilai keislaman. Penelitian ini

---

<sup>3</sup> Aurellia Salsabila et al., "Efek Konsumsi Konten Hiburan Digital terhadap Manajemen Stres di Komunitas Discord" *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 4, No. 1 (Februari 2022): 40

<sup>4</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Netflix> Diakses pada : 29/ 04/ 2025

<sup>5</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam, (Depok PT RajaGrafindo Persada)*, 105-106

<sup>6</sup> Meta Ardiana, Rachma Agustina, Dwi Ari Pertiwi, dan Deasy Ervina, "Pengaruh Self Control Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari," dalam *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*, vol. 7, 2023, 114

kemudian difokuskan pada pembahasan mengenai “Konsep *Mas'uliyah* dalam Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Konsumsi Konten Hiburan Digital Netflix (Pada Mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari)”, guna menggali lebih dalam keterkaitan antara teknologi, moralitas, dan perilaku konsumtif dalam perspektif Islam.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris<sup>7</sup> dengan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan memahami secara mendalam fenomena konsumsi konten hiburan digital oleh mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara terbuka, dokumentasi, dan angket online (Google Form), yang ditujukan kepada mahasiswa angkatan 2021–2024.

Peneliti hadir langsung di lokasi penelitian untuk memastikan akurasi dan kedalaman data. Lokasi penelitian adalah Universitas Hasyim Asy'ari, Jombang, Jawa Timur. Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer berupa hasil wawancara dan angket, serta data sekunder dari literatur yang relevan.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan induktif untuk menarik kesimpulan dari data spesifik ke *generalisasi*, serta deskriptif untuk menggambarkan pengaruh konsep *mas'uliyah* dalam Etika Bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Pendekatan konseptual digunakan untuk membangun kerangka teori mengenai konsumsi Islami dan tanggung jawab moral dalam mengakses konten digital.<sup>8</sup>

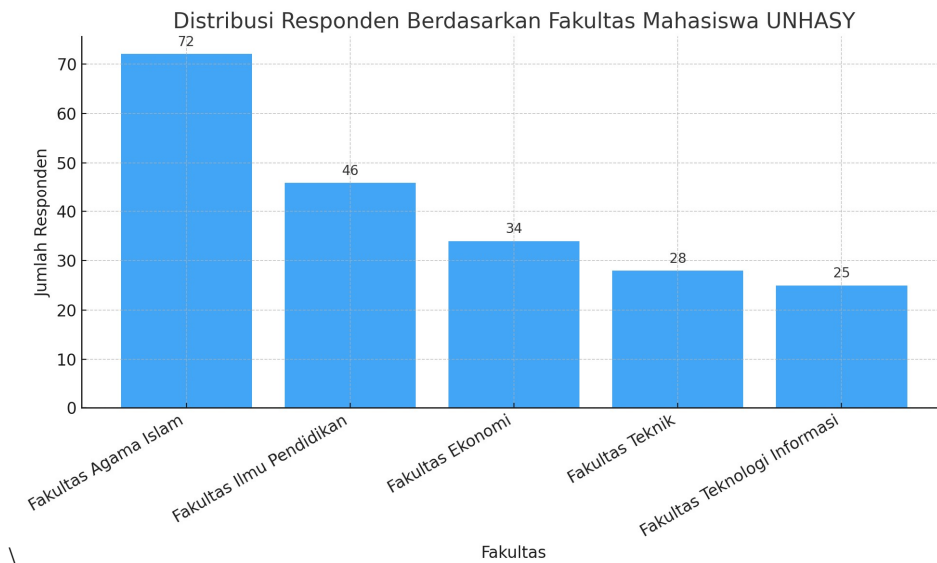
## **HASIL PENELITIAN**

Penelitian ini mengkaji perilaku konsumsi konten hiburan digital mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari (UNHASY) melalui platform Netflix, serta penerapan konsep *mas'uliyah* dalam Etika Bisnis Islam. Data diperoleh dari 205 responden melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner daring.

---

<sup>7</sup>Marzuki, Peter Mahmud, *Metodologi Penelitian Hukum*, ( Jakarta: Kencana, 2010 ) 123-130

<sup>88</sup> *Ibid*, 133.



### a. Pola Perilaku Konsumsi Konten Hiburan Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa UNHASY menjadikan Netflix sebagai sarana hiburan dan relaksasi. Rata-rata durasi menonton berada pada kisaran 5–15 jam per minggu, dengan sebagian mahasiswa mencapai 20 jam per minggu saat waktu kuliah longgar. Hal ini menunjukkan bahwa *Netflix* telah menjadi bagian signifikan dalam keseharian mahasiswa

Genre yang paling diminati adalah drama romantis (60%), disusul action & adventure (21%), dan komedi (11%). Genre edukatif seperti dokumenter nyaris tidak diminati (0%), mengindikasikan dominasi motif rekreatif dibandingkan edukatif

Motivasi utama penggunaan Netflix meliputi: (1) kebutuhan hiburan dan relaksasi pasca aktivitas akademik, (2) mengisi waktu luang, (3) mengikuti tren sosial, dan (4) pembelajaran informal seperti peningkatan kemampuan bahasa asing.

### b. Pemahaman dan Implementasi Konsep Mas'uliyah

Konsep mas'uliyah, atau tanggung jawab, merupakan prinsip sentral dalam Etika Bisnis Islam. Dalam konteks konsumsi digital, konsep ini menekankan kesadaran moral, sosial, dan spiritual terhadap konten yang dikonsumsi.

Berdasarkan hasil kuesioner, 51,96% mahasiswa memberikan respons netral terkait pemahaman konsep mas'uliyah, sementara 41,67% menganggapnya "berpengaruh", dan hanya 2,94% yang menilainya "sangat berpengaruh". Artinya, mayoritas mahasiswa belum secara mendalam menginternalisasi konsep tanggung jawab dalam konsumsi digital

Namun, ditemukan pula variasi yang menarik berdasarkan program studi. Mahasiswa dari jurusan berbasis sains seperti Teknik Sipil dan Pendidikan Matematika menunjukkan tingkat pemahaman dan kesadaran lebih tinggi terhadap nilai-nilai mas'uliyah. Beberapa responden menyatakan secara eksplisit bahwa mereka menyaring

konten berdasarkan nilai-nilai Islam dan menyadari pengaruh tontonan terhadap moral dan spiritualitas

Sebaliknya, sebagian mahasiswa mengakui menonton tanpa mempertimbangkan nilai moral, semata-mata untuk hiburan. Hal ini menunjukkan masih perlunya peningkatan literasi etika digital di kalangan mahasiswa.

### **c. Tinjauan Etika Bisnis Islam**

Dari sudut pandang Etika Bisnis Islam, konsumsi konten digital dalam durasi wajar (<3 jam per hari) dapat dikategorikan sebagai pemenuhan kebutuhan (need), khususnya untuk relaksasi. Namun, konsumsi yang melebihi 3 jam per hari (12% responden) mulai menunjukkan karakteristik pemenuhan keinginan (want)<sup>9</sup>, yang dalam konteks Islam berisiko mengarah pada israf atau pemborosan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi konten hiburan digital melalui platform Netflix di kalangan mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari (UNHASY) didominasi oleh motif relaksasi dan hiburan. Meskipun sebagian mahasiswa memahami pentingnya selektivitas dalam memilih konten, implementasi nilai mas'uliyah dalam praktik konsumsi masih belum merata. Mayoritas mahasiswa belum sepenuhnya menyadari bahwa konsumsi digital memiliki dimensi tanggung jawab moral, sosial, dan spiritual sebagaimana ditekankan dalam Etika Bisnis Islam.

Sebagian mahasiswa menunjukkan kesadaran etis dalam konsumsi konten, terutama yang berasal dari latar belakang studi berbasis nilai dan agama. Namun, terdapat pula kecenderungan konsumsi berlebihan (lebih dari 3 jam per hari) dan pemilihan genre yang minim nilai edukatif, yang mencerminkan lemahnya kontrol diri dan minimnya internalisasi prinsip konsumsi Islami.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsep *mas'uliyah* belum sepenuhnya menjadi landasan dalam perilaku konsumsi digital mahasiswa, meskipun kesadaran terhadap pentingnya nilai-nilai tersebut mulai tumbuh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardiana, M., Agustina, R., Pertiwi, D. A., & Ervina, D. (2023). Pengaruh self control terhadap perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*.
- Aurellia Salsabila, et al. (2022). Efek konsumsi konten hiburan digital terhadap manajemen stres di komunitas Discord. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Marzuki, P. M. (2010). *Metodologi penelitian hukum*. Jakarta: Kencana.
- Rozalinda. (n.d.). *Ekonomi Islam*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Wikipedia. (2025, April 29). Netflix. Diakses dari: <https://id.wikipedia.org/wiki/Netflix>

---

<sup>9</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam, (Depok PT RajaGrafindo Persada)*, 105-106