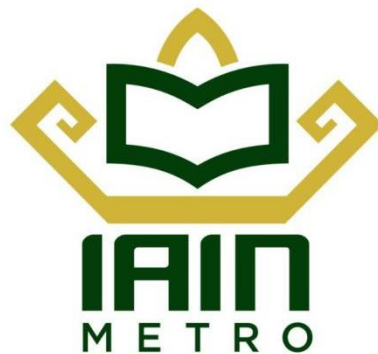


SKRIPSI

**DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI
SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA *ONLINE*
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Oleh :

**SUSANA DEWI
NPM. 2103012036**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**

**DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI
SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA *ONLINE*
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

SUSANA DEWI
NPM. 2103012036

Pembimbing: Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi Untuk Dimunaqsyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : SUSANA DEWI
NPM : 2103012036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP
BELANJA *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqsyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 22 November 2024
Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP
BELANJA *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
Nama : SUSANA DEWI
NPM : 2103012036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang
Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Metro.

Metro, 22 November 2024
Dosen Pembimbing,


Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-0022/In.28.3/D/PP.00.9/01/2025

Skripsi dengan Judul DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM, disusun oleh SUSANA DEWI, NPM. 2103012036, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Senin, 30 Desember 2024.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

(.....)

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I.

(.....)

Penguji II : Anggoro Sugeng, M.Sh.Ec

(.....)

Sekretaris : Ulul Azmi Mustofa. M.S.I

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh

SUSANA DEWI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah terhadap belanja *online* serta untuk mengetahui bagaimana dampak perilaku konsumtif perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini dilakukan di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro Lampung. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dari penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Semua data yang di peroleh dianalisis secara induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro di tandai dengan adanya sudah terbiasa melakukan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* di Tiktok Shop dan *Shopee*. Tingkat impulsifitas pembelian mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah lebih suka membeli barang dikarenakan sedang ada promo, barang yang sedang trend, serta lebih cenderung melakukan pembelian impulsif atau pembelian spontan, tidak terencana, dari pada yang memang benar-benar mereka butuhkan, produk yang sering dibeli seperti Skincare, Make-up, hijab, baju dan tas. Dampak perilaku konsumtif dalam konteks pandangan Islam dampak yang muncul pada mahasiswa dalam berbelanja secara *online* merupakan perilaku konsumtif yang bertentangan dengan ajaran Islam yaitu dengan adanya pemborosan, masalah finansial maupun perubahan gaya hidup. Dalam pandangan Islam termasuk kedalam *Israf* (Pemborosan), kikir (*Bakhil*), Mubazir dan sebagainya adalah sifat tercela tindakan yang tidak dindhai Allah SWT dan siapapun yang melakukannya akan merugikan dirinya sendiri, islam juga sangat menekankan prinsip sederhana, tolong menolong serta berbagi diantara sesamanya, serta mempersempit jurang kesenjangan ekonomi dan sosial.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Belanja Online, Perspektif Ekonomi Islam*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUSANA DEWI
NPM : 2103012036
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 26 September 2024

Yang menyatakan



SUSANA DEWI
NPM. 2103012036

MOTTO

﴿٢٧﴾ إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“ Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada tuhannya.”

(QS. Al-Isra: 27)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran dan kesabaran dalam membekali ilmu serta kemudahan yang di berikan, akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Kupersembahkan keberhasilan studiku kepada:

1. Cinta Pertamaku, Bapak Nurhasan. Terimakasih atas kerja keras dan perjuangan untuk kehidupan peneliti, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau tidak ada hentinya meberikan motivasi, mendidik serta meberikan yang terbaik buat peneliti hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu Surgaku, Ibu Sukmawati. Beliau juga tidak tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun tiada henti-hentinya memberikan doa dan kasih sayang yang penuh cinta serta selalu memberikan motivasi yang terbaik hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Kakak laki-lakiku, Suhendra dan istrinya Naziah Ayu Hidayati. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses peneliti menempuh pendidikan selama ini, Terimakasih atas semangat, doa serta dukungan yang selalu di berikan kepada peneliti.
4. Kakak perempuanku, Susyanti dan suaminya Juliansyah. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses peneliti menempuh pendidikan selama ini, Terimakasih atas support, doa serta kasih sayang penuh cinta hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya.
5. Adik laki-lakiku Suhandu, Terimakasih ya sudah sudah memberikan semangat untuk peneliti, Terimakasih atas dukungan, doa serta kasih sayang yang diberikan kepada peneliti hingga peneliti mampu melalui proses studinya.

6. Dosen pembimbing skripsiku tersayang Ibu Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I, terimakasih sudah selalu memberikan bimbingan, arahan, masukan serta memotivasi kepadapeneliti sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Teruntuk sahabat seperjuangan. Resti Agustin dan Nurul Rusita Sari. Terimakasih atas segala dukungan, motivasi, pengalaman waktu dan ilmu yang di jalani bersama selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam upaya penyusunan skripsi ini, peneliti sudah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K, selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah
4. Ibu Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I, selaku Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta mengarahkan dan memotivasi
5. Serta seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Kritik serta saran sangat peneliti harapkan dalam skripsi ini demi memperbaiki dalam melakukan penulisan karya ilmiah selanjutnya. Dan tentunya peneliti sangat berharap supaya hasil penelitian ini bisa bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah.

Metro, 26 September 2024
Peneliti,



Susana Dewi
NPM. 2103012036

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif.....	15
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	15
2. Indikator Perilaku Konsumtif	16
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	19
4. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	20
5. Dampak Perilaku Konsumtif	23
B. Belanja <i>Online</i>	24
1. Pengertian Belanja <i>Online</i>	24
2. Manfaat Belanja <i>Online</i>	26
3. Kelebihan dan Kekurangan Belanja <i>Online</i>	27
4. Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Belanja <i>Online</i>	29

C. Ekonomi Islam.....	30
1. Pengertian Ekonomi Islam	30
2. Sumber Hukum Ekonomi Islam	31
3. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam	33
4. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	35
5. Perilaku Konsumtif dalam Ekonomi Islam	36
6. Dampak Perilaku Konsumtif Menurut Islam.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	45
B. Sumber Data.....	46
C. Teknik Pengumpulan Data.....	47
D. Teknik Analisa Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.....	51
1. Sejarah dan Perkembangan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.....	51
2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.....	52
3. Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro	53
4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.....	53
B. Perilaku Konsumtif dan Dampaknya Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja Online.....	54
1. Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja Online	54
2. Dampak Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja Online	69
C. Analisis Dampak Perilaku Komsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja Online Perspektif Ekonomi Islam	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Angkatan	53
-----------	---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	53
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing)
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Outline
4. Surat Izin Pra Survey
5. Surat Balasan Izin Pra Survey
6. Surat Izin Research
7. Surat Balasan Izin Research
8. Surat Tugas
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Surat Keterangan Ujian Komprehensif
11. Hasil Turnitin
12. Formulir Konsultasi Bimbingan
13. Foto Dokumentasi
14. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini perkembangan zaman semakin maju, ilmu pengetahuan serta teknologi (IPTEK) pun mengalami kemajuan dan perkembangan dalam hal teknologi internet. Khususnya dengan adanya kemajuan teknologi dibidang internet membuat keterbatasan jarak, waktu serta biaya dapat terjangkau dengan mudah. Hal tersebut dikarenakan internet banyak menghubungkan berbagai banyak orang, pengusaha, dan bahkan organisasi, sehingga mendorong perubahan sistem, baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga hal ini didukung dengan adanya kemudahan untuk mengakses internet kapan pun dan dimana pun karena begitu banyak akses yang memungkinkan untuk mendukung berbagai pengguna internet.¹

Salah satu dampak dari kemajuan internet itu sendiri adalah dengan munculnya toko *online* yang merupakan penerapan teknologi untuk meningkatkan bisnis, penjualan dan pembelian barang dengan menggunakan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Saat ini, *e-commerce* telah menjadi *trend* belanja karena belanja *online* semakin memudahkan konsumen mendapatkan produk yang diinginkannya. Konsumen tidak perlu lagi datang ke toko langsung karena sangat membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga menjadi pilihan alternatif konsumen karena bisa memilih berbelanja

¹Ade Fadillah FW Pospos, Meliana Feteri dan Abdul Hamid, "Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja *Online* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Bintang Manajemen IAIN Langsa*, Vol 1, no.1, (2023):347-348.

online dengan mudah dan lebih nyaman di bandingkan berbelanja *offline* yang begitu banyak terkendala mestinya yaitu kemacetan lalu lintas, keterbatasan tempat parkir, kerumunan, antri, serta waktu dan keterbatasan lainnya. Nah dengan adanya kemudahan serta kenyamanan ini, sehingga banyak membuat konsumen akan lebih tertarik dengan memilih melakukan transaksi secara *e-commerce* sehingga dengan mudah mendapatkan barang-barang yang di perlukannya, seperti baju, buku, sepatu, *skin care*, tas, serta alat elektronik, dan lain-lain.²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro khusus nya Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2023 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 154, yang dimana berjenis kelamin wanita sebanyak 98 mahasiswi dan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 mahasiswa.³ Saat ini mahasiswa dan mahasiswi sangatlah memanfaatkan media internet untuk mengkonsumsi suatu barang melalui berbelanja di toko *onlineserta* dengan memanfaatkan kemudahan media transaksi melalui aplikasi *shopee*.

Berdasarkan hasil *prasurey* yang di peroleh peneliti dengan mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2023, yang bernama Nova elisa ia mengatakan bahwa sering kali berbelanja barang yang sedang *tren* dan menurutnya bagus, ia langsung membelinya di toko *onlinedengan* menggunakan aplikasi *shopee*. Uang saku yang di dapat setiap bulannya yaitu sebanyak Rp.1.800.000, uang yang dihabiskan untuk membeli baju, *skincare*, dan barang-barang lainnya sebanyak Rp.500.000 bisa lebih/bisa kurang dari

²*Ibid.*, 349.

³<https://data.metrouniv.ac.id/pages/mahasiswa.php> diakses pada 14 oktober 2024.

nominal, tergantung sesuai dengan keinginannya. ia membelinya dengan harga yang terjangkau, serta memanfaatkan banyak *voucher* dari aplikasi *shopee* tersebut dan lebih mudah mencari barang yang diinginkan nya, dengan memiliki menu di layar HP saja bisa lebih hemat waktu dan biaya. Ia merasa bahwa barang-barang yang di beli dari toko *online* jauh lebih bagus kualitasnya di bandingkan barang-barang di toko *offline*.⁴

Hal yang serupa dikemukakan oleh Diva okta nadia mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2023 bahwasannya uang saku yang diterima dalam setiap bulan nya yaitu sebanyak Rp. 400.000, untuk memenuhi kebutuhan di setiap bulannya serta keinginannya ia menghabiskan uang sebanyak Rp.300.000 seperti untuk membeli baju, jilbab, dan tas di toko *online shopee*. Serta dalam membeli barang-barang itu atas dasar keinginan dan mengikuti gaya pakaian teman sebaya nya, dandengan memanfaatkan harga yang lebih murah serta kualitas yang bagus cocok dengan harga kantong pelajar maka ia berpendapat bahwa bisa dengan mudah mendapatkan barang-barang yang ia perlukan dan diinginkannya dengan cara praktis.⁵

Annisa istikomah juga mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2023 juga menyatakan bahwa sering berbelanja di toko *online* karena harga yang jauh lebih murah dibandingkan harga di toko *offline*. uang saku yang di dapat setiap bulannya yaitu sebesar Rp.800.000, untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya dalam setiap bulannya ia menghabiskan uangnya sebanyak

⁴Wawancara dengan Nova Elisa Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 2023, tanggal 4 Juli 2024

⁵Wawancara dengan Diva Okta Nadia Mahasiswi Jurusan Ekonmi Syariah IAIN Metro angkatan 2023, tanggal 4 Juli 2024

500.000 seperti membeli baju dan *skincare* di toko *online shopee*, dengan model yang berbeda, bahkan kadang-kadang mencari model yang sama tetapi dengan warna yang berbeda, semisal membeli baju sekali terus bahan nya bagus jadi ingin terus menerus membeli baju itu dengan warna yang berbeda.⁶

Dari hasil *prasurvey* pada beberapa mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2023, bahwa fenomena perilaku konsumtif bisa terjadi di kalangan mahasiswi di sebabkan dengan adanya kemudahan dalam berbelanja *online* di antaranya cepat serta praktis, kemudahan dengan adanya ketersediaan barang yang di inginkan seperti baju, jilbab, tas, sepatu, sandal, aksesoris dan barang lainnya. serta dengan harga yang lebih murah dan terjangkau sehingga mereka bisa merasa bergantung pada pengguna sistem belanja *online* dalam memenuhi kebutuhannya.

Dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Sari, 2015) menjelaskan bahwa umumnya belanja online yang dilakukan oleh mahasiswa bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup saja sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau dapat disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif membuat mahasiswa untuk membeli barang yang diinginkannya, bukan barang yang dibutuhkannya. Terbentuknya perilaku konsumtif ini dapat membuat mahasiswa tidak bisa mengontrol pengeluarannya yang meningkat.⁷

⁶Wawancara dengan Annisa Istikomah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 2023, tanggal 4 Juli 2024

⁷ Della Anggraini Fatmawati Dkk, “ Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Dampak Adanya *Online shop* di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2021”, *Jurnal Para Digma*, Vol.3 no.1 (2022): h.2.

Belanja *online* adalah salah satu metode untuk menawarkan barang dan jasa melalui media internet, yang dimana pengunjung dapat melihat barang-barang di toko *online* dan konsumen pun dapat melihat barang dalam berbentuk gambar, foto, serta video. Belanja *online* ini juga dapat merujuk pada lokasi dimana sebagian besar aktivitas dilakukan secara *online* melalui media internet.

Mahasiswa dan media internet dalam penggunaannya tidak bisa di pisahkan, melibatkan mahasiswa dalam penggunaan internet memungkinkan mereka menggunakan berbagai pilihan internet, terutama saat sedang berbelanja. Belanja *online* juga banyak menawarkan kemudahan kepada konsumen diantaranya adalah menghemat biaya, produk bisa langsung di antar kerumah, pembayaran juga bisa dilakukan secara transfer, serta tentu saja harga lebih terjangkau memberikan rasa mewah kepada pengguna, dan mahasiswa tidak perlu lagi pergi kepasar untuk berbelanja. Mahasiswa juga tidak perlu menunggu waktu libur untuk membeli produk di pasar atau *mall*. Pemanfaatan internet telah membawa banyak perubahan pada gaya hidup pelajar, termasuk dalam berbelanja.⁸

Selain memiliki kemudahan ternyata ada pula kekurangan dalam berbelanja *online* diantaranya yaitu tidak terjaminnya kualitas barang yang di beli sebab tidak dapat memeriksa barang secara langsung ketika berbelanja *online*, cenderung membeli barang yang tidak di perlukan, harus menunggu beberapa hari barang baru datang, barang yang di beli kadang tidak sesuai

⁸Ade Minanda, Suharty Roslan dan Dewi Anggraini, "Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari", *Jurnal Neo Societal*, Vol 3, no.2, (2018):433-434.

dengan keinginan dan kemungkinan terkena penipuan (barang yang sudah di beli tidak datang atau berbeda dengan yang di beli).⁹

Mahasiswa tentunya boleh melakukan transaksi jual beli dengan mengikuti perkembangan zaman dengan selalu melihat syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan syariat Islam. Berikut ini hukum jual beli dalam firman Allah SWT.

.... ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “*Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*¹⁰ “(Al-Baqarah/2:275)

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa umat islam di perbolehkan melakukan jual beli dan menghindari riba. Saat ini metode jual beli telah mengikuti jaman digitalisasi, dimana transaksi dilakukan secara *online*. Hal ini diperbolehkan dengan melihat syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan syariat islam.¹¹

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan membeli barang tanpa mempertimbangkan faktor kebutuhan yang sesuai. Perilaku konsumtif yaitu suatu tindakan pada individu sebagai konsumen untuk membeli, dan menggunakan suatu barang atau jasa yang secara berlebihan serta tidak rasional, bahkan hanya mengutamakan keinginan dan kesenangan nya saja

⁹ Mohamad Rivai Oliy, Maria Heny Pratikno dan Jenny Nelly Matheosz, “Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado”, *Jurnal Holistik*, 13.4 (2020): h 1-18.

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (PT. Sygma Examedia Arkanleema: Bandung, 2007,) h.47.

¹¹ Hasfie Fauzan, dan M. Fikri Almajid Munthe, “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam”. *BISMA : Business and Management* 1.1 (2023): 2987-5900.

tanpa harus mempertimbangkan kebutuhan serta manfaat suatu barang atau jasa terlebih dahulu, serta hanya untuk mengikuti *trend* atau pun kepuasan pribadi, perilaku ini dapat menimbulkan pemborosan.¹²

Hal ini tentunya tidak akan sesuai dengan perilaku konsumsi seorang muslim. Yang dimana dalam anjuran islam kita di anjurkan untuk hidup sederhana dan tidak bermewah-mewahan, dan mengkonsumsi sesuatu yang memang di butuhkan serta memperhatikan kemaslahatan dari barang yang di konsumsi tersebut.¹³

Berbelanja saat ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saja, melainkan untuk mewujudkan keinginan dan kesenangan semata, dalam Islam telah dianjurkan bahwa dalam berbelanja itu harus mengutamakan kepentingan dan kebutuhan bukan hanya untuk sekedar keinginan saja. Tentunya setiap makhluk yang ada di muka bumi ini berusaha bisa memenuhi semua kebutuhannya seperti kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Seorang umat muslim di ajarkan supaya memenuhi kebutuhannya bukan sekedar keinginannya saja. Selain itu, sebagai umat muslim disaat berbelanja hendaknya bersikap adil, yaitu dengan tidak berlebih-lebihan serta tidak kurang dari semestinya, dan tidak boros ataupun kikir.

Seorang muslim ketika berbelanja untuk memnuhi kebutuhannya hendaklah sesuai dengan kebutuhannya, sebagaimana firman allah SWT.

¹²Della Anggraini Fatmawati “ Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Dampak Adanya *Online shop*”,1-2.

¹³Ismi Khoiriah Hasibuan, Isnaini Harahap dan Juliana Nusation, “ Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Etika Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU)”, *Jurnal Manajmen Akuntansi (JUMSI)*, Vol 3, no. 3, (2023):1805-1806.

يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya: *Wahai anak cucu adam! Pakai lah pakaian mu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minum lah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, allah tidak menyukai orang yang berlebihan.*¹⁴ “(Al-A’raf:31)

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa islam melarang berperilaku berlebih-lebihan serta boros dalam mengkonsumsi karena allah SWT tidak suka dengan orang yang berlebih-lebihan, menjadi umat muslim hendaknya ketika membelanjakan hartanya haruslah dengan cara dan sewajarnya sehingga sesuai dengan apa yang sedang di butuhkan hingga tidak berlebihan dan tidak kikir.¹⁵

Berdasarkan dengan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap BelanjaOnline Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, sehingga dapat di rumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah terhadap belanja *online*?
2. Bagaimana dampak perilaku konsumtifperspektif ekonomi islam?

¹⁴Depertemen Agama RI, *Syamil Al-Qur’an dan Terjemahnya:Special for women*, (PT.Syamil Al-Qur’an: Bogor, 2007), h.154

¹⁵Ade Fadillah FW Pospos, Meliana Feteri dan Abdul Hamid, “Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja *Online* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Bintang Manajmen IAIN Langsa*, Vol 1, no.1, (2023):347-348.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

- a. untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah terhadap belanja *online*.
- b. Untuk mengetahui dampak perilaku konsumtif perspektif ekonomi islam.

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, kiranya dapat memberikan manfaat yang baik yaitu berupa manfaat teoritis serta manfaat praktis

- a. Manfaat secara Teoritis

Manfaat teoritis, dari penelitian ini agar bisa memberikan manfaat sumbangan ilmu pengetahuan terutama untuk pembacanya serta kedepannya menjadi bahan pertimbangan untuk dijadikan referensi dan kajian dari penelitian ini.

- b. Manfaat secara Praktis

Manfaat praktis, dari penelitian ini agar dapat memberikan sumber informasi bagi kalangan yang membacanya serta bisa memberikan wawasan kepada kalangan mahasiswi tentang dampak perilaku konsumtif mahasiswi terhadap belanja *online* ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

D. Penelitian Relevan

Dari penelitian ini berisikan uraian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu kiranya bisa di jadikan acuan dan referensi bagi peneltiti untuk melakukan penelitian ini.

Berikut ini penelitian terdahulu yang saling berkaitan yaitu:

1. Penelitian yang telah dilakukan Ferawaty Sandi skripsi yang berjudul “Dampak Pembelian *Online* di *Shopee* Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan *Shopaholic* di Kota Palopo”. Hasil dari penelitian ini dapat di simpulkan bahwa perempuan yang ada di kota palopo bisa dikatakan sering melakukan belanja *online* di *shopee*, bahkan kebanyakan dari perempuan tersebut berbelanja dengan mencapai tiga sampai empat kali dalam satu bulan dengan menghabiskan uang sekitar 200.000-800.000. serta bisa dilihat dari berbagai faktor yang bisa mempengaruhi perempuan menjadi *shopaholic* yaitu di antaranya gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti *tren*, banyak pusat perbelanjaan, serta pengaruh lingkungan pergaulan. dampak yang di timbulkan dari gaya hidup *Shopaholic* yaitu kalangan perempuan di kota palopo lebih berperilaku konsumtif karena akibat mengikuti perkembangan zaman (*tren*) sehingga menimbulkan perilaku boros, serta mulai membenci siapapun yang tidak suka berbelanja bahkan tidak segan- segan adu pendapat, penggunaan *shopeepaylater* saat transaksi namun jika ada keterlambatan membayar akan mempengaruhi peringkat kredit di sistem layanan informasi keuangan (SLIK) OJK.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukanyaitu sama-sama meneliti tentang pembelian online serta perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitiannya yaitu tentang Dampak Pembelian *Online* di *Shopee* Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan tentang dampak perilaku konsumtif mahasiswa terhadap belanja online dengan tinjauan perspektif ekonomi islam. Serta perbedaan dari penelitian ini yakni meneliti perempuan yang ada di kota palopo sedangkan peneliti di lokasi kampus IAIN Metro lampung pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2023.¹⁶

2. Penelitian yang telah dilakukan Akhmad Tajudin skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Berbelanja *Online* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon TA 2019-2020)”. Dari hasil kesimpulan penelitian ini yang menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif dapat di lihat dari beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. faktor internal terdiri dari motivasi dalam belanja *online*, persepsi mengenai belanja *online*, kepribadian, serta gaya hidup. Faktor eksternal terdiri dari budaya belanja serta lingkungan pertemanan. Keuntungan belanja *online* yaitu kemudahan dalam menemukan barang, voucher gratis ongkos kirim, diskon, efisiensi waktu, harga terjangkau, dan transaksi pembayaran digital. Kekurangan dalam belanja *online* yaitu adanya

¹⁶Ferawaty Sandi, “Dampak Pembelian *Online* di *Shopee* Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan *Shopaholic* di Kota Palopo” *Universitas Muhammadiyah Palopo* 2022, h 55-56

penipuan, keterlambatan barang/kehilangan barang, dan kerusakan barang. Berdasarkan dalam surah al-qur'an al-araf ayat 32 dengan jelas islam melarang umatnya bersikap berlebih-lebihan dan boros dalam mengkonsumsi karena allah SWT tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. Namun, mahasiswa ekonomi syariah dalam penelitian ini tidak serta merta melakukan keputusan pembelian melainkan mereka melakukan pertimbangan dari berbagai macam informasi yang di peroleh tentang produk yang akan di beli, artinya mereka harus menerima informasi yang cukup sebelum sebelum melakukan keputusan pembelian agar ketika melakukan keputusan pembelian suatu produk mereka dapat mengetahui produk mana yang sesuai dengan kebutuhannya sehingga mereka dapat mengontrol diri ketika berbelanja secara *online*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama meneliti tentang Perilaku Konsumtif dan belanja *online* sesuai dengan karakteristik ekonomi islam, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu mengkaji dampak perilaku konsumtif dalam belanja online sesuai dengan karakteristik ekonomi islam. Serta perbedaan dari penelitian ini yaitu meneliti di lokasi kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan mahasiswa angkatan 2019-2020 sedangkan peneliti di lokasi kampus IAIN Metro Lampung dan fokus ke mahasiswi angkatan 2023.¹⁷

¹⁷Akhmad Tajudin, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Berbelanja *Online* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon TA 2019-2020)" *IAIN Syekh Nurjati Cirebon* 2022, hal 107-109.

3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rima Azam yang berjudul “Perilaku Konsumtif Mahasiswi Terhadap *trend fashion* Masa Kini Menurut Ekonomi Islam (Studi Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021)”. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sebagian mahasiswi prodi ekonomi syariah angkatan 2020-2021 berperilaku konsumtif dalam berbelanja mereka lebih cenderung mementingkan keinginan dalam berpakaian (*fashion*) dengan *trend* yang semakin berkembang dari pada kebutuhan untuk mencari kesenangan semata serta sebagian mahasiswi sudah mempertimbangkan dalam memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan landasan ekonomi islam. Beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswi berperilaku konsumtif adalah faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku, faktor eksternal yang merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang serta islam mengajarkan dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah kebutuhan (*needs*) lebih mendominasi bukan sekedar kepada keinginan (*wants*) hendaknya seorang muslim dalam berbelanja harus secara adil, dalam arti tidak kurang dan tidak berlebihan dari yang semestinya, dan jangan kikir dan jangan pula boros. Membelanjakan harta untuk kebutuhan pribadi, dianjurkan dengan sewajarnya.

Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama meneliti tentang perilaku konsumtif

mahasiswi dan mengkaji prinsip ekonomi islam, sedangkan perbedaan penelitian tersebut terletak pada fokus penelitiannya tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswi Terhadap *trend fashion* Masa Kini sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu tentang dampak perilaku konsumtif mahasiswi terhadap belanja *online*. Serta perbedaannya dari penelitian ini yaitu meneliti di lokasi kampus UIN Fatmawati Bengkulu dan mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2020-2021 sedangkan peneliti di lokasi kampus IAIN Metro Lampung mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2023.¹⁸

¹⁸Rima Azam, “Perilaku Konsumtif Mahasiswi Terhadap *trend fashion* Masa Kini Menurut Ekonomi Islam (Studi Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021)” *UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu* 2023, h 69-70

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Albarry kata (*consumptive*) yaitu yang memiliki arti dimana mengacu pada perilaku boros yang melibatkan mengkonsumsi suatu barang dan jasa secara berlebihan. Selanjutnya ia juga mengartikan bahwa konsumtif dalam arti luas yaitu sebagai perilaku konsumtif yang berperilaku boros dan berlebihan, dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, tanpa skala prioritas, dan mengartikan nya sebagai gaya hidup mewah.¹

Sumartono juga mendefinisikan perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan yang berkaitan dengan penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan yang memakai suatu barang secara tidak tuntas, artinya seseorang membeli suatu produk bukan semata karna produk yang digunakan nya sudah habis, melainkan daya tarik dari hadiahnya atau bahkan karena produk tersebut sedang *trend*.²

¹Mardiah, dan Ainun, "Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri dikota Pekanbaru", *Jurnal Al-iqtishad* 13.2 (2017):93-103.

²Mustomi, Dede, dan Aprilia puspa sari, "Tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *CERMIN: Jurnal Penelitian* 4.1(2020):133-147.

Lubis juga menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan pada keinginan yang sudah mencapai tingkat yang tidak rasional lagi.³

Berdasarkan pengertian diatas, perilaku konsumtif adalah perilaku yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang tidak rasional dalam pembelian dan penggunaan suatu barang dan jasa, didasarkan pada keinginan dari pada kebutuhan, dan dengan dalam hidup kemewahan dan kelebihan yang bisa disediakan, kepuasan fisik yang maksimal ditunjukkan semata-mata pada kesenangan.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut sumartono terdapat delapan indikator perilaku konsumtif yaitu:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Saat membeli, kita tidak lagi memperhatikan manfaatnya tetapi lebih mengharapkan imbalan yang diberikan. Kegiatan individu yang dimana mempunyai perilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Individu akan tertarik untuk membeli barang tersebut jika bentuk produk dengan kemasan yang unik serta melihat kemasan yang menarik. konsumen akan lebih melupakan kualitas barang yang mereka

³Adiputra Rian, dan Clara Moningka, "Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal", *Psibernetika* 5.2 (2017): h 78.

beli serta mengabaikan kebutuhan dan anggaran yang didapatkan oleh setiap individu.

c. Membeli produk untuk memenuhi gengsi

Pembelian produk yang untuk tujuannya memenuhi gengsi merupakan suatu tindakan untuk membeli produk tertentu melainkan hanya semata-mata untuk memperlihatkan status sosial dan kekayaan, dan bukan atas dasar kebutuhan serta kualitas produk tersebut melainkan membeli produk hanya untuk memenuhi gengsi juga bisa menyebabkan perilaku konsumtif, dikarenakan bisa menimbulkan pengeluaran yang berlebihan.⁴

d. Mempertimbangkan harga dan bukan manfaatnya

Langkah yang baik sebelum membeli suatu barang adalah dengan cara mempertimbangkan suatu harga. Dengan mempertimbangkan harga suatu barang yang diperlukan, kita bisa dapat menjaga keuangan dari setiap individu. Namun sering kali kita mengetahui bahwa praktik yang terjadi didalam kehidupan sehari-hari tidak lah seperti itu. Individu akan lebih cenderung melakukan pembelian tanpa memikirkan manfaat dan kegunaan suatu barang tersebut, hal ini dapat terjadi karena adanya diskon yang ditawarkan oleh perusahaan yang menjual barang tersebut. Misalnya, platform penjualan *online* sering kali menawarkan diskon besar-besaran dalam *live* penjualannya, hal ini dapat merangsang perilaku konsumtif, terutama dikalangan mahasiswa

⁴ Putri Nur Aini dan Sri Rahayuningsih, "Pengaruh literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya", *NERACA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2.2 (2024): 1-9.

yang akan langsung tergiur dengan produk kosmetik murah dan akan segera membeli produk tersebut. Meskipun mahasiswi masih memiliki barang yang serupa dengan merek yang sama dirumahnya.

e. Membeli barang untuk menjaga simbol status sosial

Individu percaya bahwa barang yang digunakannya dapat menunjukkan status sosial orang yang menggunakan barang tersebut. Individu dengan perilaku konsumtif akan cenderung membeli produk bermerek tanpa pengelolaan keuangan yang baik.

f. Membeli barang karena pengaruh model iklan

Model periklanan dapat diartikan sebagai orang yang mempromosikan suatu produk atau jasa dalam sebuah iklan. Kita sering melihat individu membeli suatu barang atau jasa karena ingin terlihat seperti model dalam iklan. Atau mungkin karena model dalam iklan tersebut adalah idolanya. Contoh dari perilaku konsumtif ini dapat kita temukan dengan mudah yaitu banyak penggemar K-pop yang akan membeli apapun yang dikarena oleh idolanya, hal ini dilakukan sebagai bentuk dukungan dan terobsesi terhadap idolanya. Hal ini bisa disebut dengan perilaku konsumtif karena proses pembelian barang atau jasa dilakukan tanpa adanya pertimbangan rasional.

g. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri

Membeli barang dengan harga mahal dapat membantu seseorang menjadi lebih percaya diri dalam kehidupan sosialnya. Hal ini dapat dilihat bahwa seseorang yang berpakaian pribadi dengan barang-barang berkualitas lebih dihormati dalam kehidupan sosial. Namun, jika membeli barang mahal secara terus-menerus dapat dianggap sebagai perilaku konsumtif karena dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan serta dapat terlibat dalam masalah dan jika tidak dapat mengatasinya.

h. Membeli barang sejenis dengan merek yang berbeda

Membeli barang yang serupa dari merek yang berbeda untuk membandingkan suatu kualitas barang, atau hanya untuk sekedar mengumpulkan suatu barang. Perilaku ini bisa menyebabkan pembengkakan pada anggaran, hal ini dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.⁵

Berdasarkan deskripsi diatas dipahami bahwa indikator perilaku konsumtif mahasiswi saat ini lebih cenderung mementingkan keinginan yang ada pada dirinya dari pada kebutuhannya. Mahasiswa yang cenderung mementingkan keinginannya biasanya itu akan bersifat boros dia lebih senang membelanjakan uang nya untuk membeli baju keluaran baru yang sedang *tren*, lipstik, farfum dan barang-barang lainnya.

⁵*Ibid.*, 1-9.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid, dibawah ini ada beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu:

a. Pembelian implusif (*impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja membeli sesuatu hanya karena didasarkan pada hasrat atau keinginan yang tiba-tiba, tanpa mempertimbangkan apa yang akan terjadi dikemudian hari, dan biasanya hanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Salah satu contoh perilaku konsumtif adalah menghabiskan banyak uang tanpa alasan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku konsumtif yang dimana membeli sesuatu hanya untuk didasarkan pada kesenangan semata. Salah satu yang di cari oleh remaja adalah kenyamanan fisik, dan dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman.

d. Kerika dia mengenakan pakaian yangdapat membuatnya menonjol dari pada yang lain sehingga membuatnya merasa *trend*.⁶

Jadi bisa dapat dipahami aspek-aspek perilaku konsumtif adalah dimana suatu perilaku konsumen membeli barang dengan semata-

⁶Duwi Diana, "Hubungan *body image* Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri", *Psikoborneo* Vol 7, no 3 (2019): 435-436.

mata agar mendapatkan kesengannya. Maka mahasiswa akan mempunyai sifat boros.

e. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Angel, Blackwell dan Miniard, antara lain yaitu:

a. Faktor internal

Beberapa sub yang berkaitan, dengan faktor internal diantaranya yaitu:

1) Motivasi

Motivasi adalah keinginan seseorang untuk melakukan aktifitas guna mencapai tujuannya. Motivasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumtif manusia. Apalagi di zaman modern ini, akan ada orang-orang yang ingin terus tampil lebih baik dari orang lain.

2) Kepribadian

Menurut Horton kepribadian adalah sikap, emosi, ekspresi, dan temperamen seseorang. Sikap, emosi, ekspresi dan temperamen akan terwujud dalam tindakan seseorang ketika menghadapi situasi tertentu. Setiap orang selalu mempunyai kepribadian yang berbeda-beda. Orang yang berkepribadian aktif, senang berkumpul dan bersosialisasi serta menikmati keramaian cenderung akan lebih mudah bersifat konsumtif karena mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar.

3) Konsep Diri

Konsep diri adalah inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku seseorang ketika menghadapi permasalahan hidup, karena kesadaran diri merupakan kerangka acuan yang menjadi awal mula perilaku yang di ungkapkan oleh konsumen.

b. Faktor eksternal

1) Kebudayaan

Kebudayaan adalah suatu kegiatan, cara hidup yang telah ada dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Jika berbicara tentang perilaku konsumtif, budaya sangat mempengaruhi budaya perilaku manusia. misalnya dalam dunia industri, pengiklanan harus mengetahui strategi pemasaran agar produk yang di luncurkan dapat di terima oleh masyarakat luas.

2) Kelas sosial

Keputusan pembelian suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh kelas sosial. Kelas sosial di bagi menjadi tiga kategori, yaitu kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah. orang-orang yang berasal dari kelas sosial yang sama umumnya memiliki minat, nilai dan perilaku yang sama. Begitu juga sebaliknya.

3) Keluarga

Unit terkecil dari masyarakat merupakan keluarga. Setiap anggota keluarga mempunyai perannya masing-masing. Perilaku konsumtif seseorang juga dapat di pengaruhi oleh anggota

kelurganya. Misalnya mengambil keputusan untuk membeli suatu produk pakaian, seorang penjual akan menargetkan produk tersebut kepada wanita dalam iklanya.⁷

Jadi berdasarkan uraian diatas maka masuknya faktor-faktor tersebut yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang akan membuat perubahan pada gaya hidup masyarakat.

f. Dampak Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen yaitu dalam mengkonsumsi barang dan jasa dapat di sebut dengan perilaku konsumtif. Berikut ini penjelasan tentang dampak positif dan negatif perilaku konsumtif.

a. Dampak positif

Pada hakikatnya perilaku konsumtif merupakan upaya seseorang untuk mempertahankan kehidupannya, terutama keinginan untuk tetap hidup. Jadi pada dasarnya perilaku konsumtif mempunyai dampak yang positif, antara lain sebagai berikut:

1) Kebutuhan Terpenuhi

Dengan mengkonsumsi barang dan jasa maka dari itu kebutuhan konsumen akan segera terpenuhi.

2) Timbul Rasa Puas

Konsumen dapat memilih kombinasi berbagai macam barang sehingganya akan timbul rasa puas.

⁷Zelin dinda pratiwi Dkk, *Ekonomi dan Bisnis Percikan Pemikiran Mahasiswa Syariah IAIN Ponorogo*, Jilid 1 (Jawa Tengah: Pekalongan, 2022), 131-134.

3) Memberi Kemudahan Dan Rasa Nyaman

Jadi bisa diambil contoh, seorang membeli mobil. Dan dengan mobil tersebut,sehingganya dia tidak perlu lagi berjalan kaki atau berdesak-desakan dalam bus.

4) Memberi Keuntungan Kepada Pihak Penjual (Produsen)

Produsen bisa memperoleh keuntungan berupa uang dari berbagai barang dan jasa yang dibeli konsumen.

5) Menambah Pengalaman

Hal ini bisa terjadi ketika konsumen mengkonsumsi dari barang dan jasa baru yang belum pernah digunakan atau dimanfaatkan sebelumnya.

b. Dampak Negatif

Perilaku konsumtif di suatu sisi memiliki nilai positif, namun disisi lain perilaku konsumtif tersebut mempunyai dampak negatif seperti mengedepankan sifat dan gaya hidup konsumsi (sifat serta gaya hidup yang menganggap barang sebagai ukuran kegembiraan, kebahagiaan, dan harga diri). Dengan karateristik dan gaya hidup seperti itu, masyarakat akan terdorong untuk membeli barang dan jasa yang sebenarnya tidak mereka butuhkan.⁸

⁸Y. Sri Pujiastuti, T. Haryo tamtomo Dan N. Suparno, *IPS Terpadu Untuk SMP Dan MTS kelas VII Semester 2*, Jilid 1B (2006), 16-17.

B. Belanja *Online*

1. Pengertian Belanja *Online*

Belanja *online* yaitu merupakan proses dimana konsumen bisa membeli barang dan jasa serta barang-barang lain nya yaitu menggunakan perantara melalui media *internet* supaya untuk terhubung dengan penjual secara interaktif dan *real time*. Menurut Santoso manarung, belanja *online* adalah salah satu media untuk memudahkan konsumen untuk membeli dan menerima produk atau untuk kebutuhan sehari-hari yang diinginkannya melalui toko *online*.

Kemudian menurut Simanjuntak, belanja *online* yaitu merupakan suatu penggunaan teknologi internet yang mengacu pada jual beli dan segala aktivitas jual beli serta bisnis dengan melalui media *internet*. Karakteristik *e-commerce* menurut Pancaningrum dan Risdwiyanto yakni proses pertukaran barang dan jasa serta informasi antara dua belah pihak dengan cara menggunakan sarana utama internet yaitu untuk memudahkan proses transaksi.⁹

Berdasarkan dengan deskripsi dari beberapa pendapat dapat dipahami bahwa belanja *online* adalah dimana proses jual beli barang dan jasa melalui media internet sehingganya konsumen tidak perlu lagi meninggalkan rumah serta tempat kerjanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Belanja *online* juga merupakan salah satu bentuk dimana

⁹Indah Perwitasari, Emi Sri Purwani dan Melyin Azizah, “Kepuasan Mahasiswa Dalam Belanja *Online* Melalui Aplikasi *Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017-2020 Universitas Muhammadiyah Lampung)”, *INTERCODE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.2 (2022): 76-77

kemajuan teknologi yang digunakan dalam jual beli guna untuk menunjang proses transaksi.

2. Manfaat Belanja *Online*

Terdapat manfaat dalam belanja online antara lain yaitu:

a. Jangkauan Yang Luas

Sebagai penjual tradisional, anda hanya bisa menjangkau pembeli di wilayah yang sama. Tetapi berbeda dengan jika kamu memiliki *wabsate e-commerce* maka dengan cara ini pembeli dari seluruh negara dapat bertransaksi ditokomu.

b. Tidak Dibatasi Oleh Waktu

Toko didunia nyata mungkin beroperasi 24 jam sehari, namun biaya untuk mendukungnya akan sangat mahal. Berkat *internet* pembeli tetap dapat mengakses dan berbelanja ditoko bahkan saat anda sedang tertidur lelap.

c. Biaya yang Lebih Murah

Biaya operasional ditoko online sangat rendah dibandingkan toko tradisional. Setidaknya anda tidak perlu lagi memikirkan gaji karyawan, sewa gedung, dan biaya listrik.¹⁰

Berdasarkan penjabaran diatas maka terdapat manfaat dalam berbelanja *online* itu sendiri yakni memanfaatkan jangkauan yang lebih luas, tidal dibatasi dengan waktu, serta biaya yang lebih murah maka

¹⁰Ana fauziah, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho dan Edy Suryawardana, “Kepuasan Pelanggan Belanja *Online*”, *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 19.2.(2021):84.

banyak nya masyarakat lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhannya.

3. Kelebihan dan Kekurangan Belanja *Online*

Menurut Sari, selain mempunyai manfaat, *online shopee* juga dapat mempunyai kelebihan serta kekurangan. Berikut ini kelebihan dan kelemahan dari belanja online.

a. Kelebihan Dalam Belanja *Online*

- 1) Konsumen bisa kapanpun dan dimanapun untuk bisa melakukan pembelian tanpa adanya keterbatasan waktu
- 2) Banyaknya toko *online* menawarkan berbagai pilihan barang-barang yang kita inginkan
- 3) Dapat menghemat energi, tidak perlu lagi datang langsung kepusat pembelian, cukup bisa meluangkan waktu yang singkat untuk bisa melihat media internet dan pastinya akan terhindar dari kemacetan lalu lintas.
- 4) Bisa dapat membandingkan produk dan harga, serta bisa menyediakan berbagai barang kesukaan sehingganya konsumen bisa dengan mudah mencari barang kesukaannya.
- 5) Pembelian yang dilaksanakan secara mudah, hanya melaksanakan pemesanan produk, sehingganya produk tersebut akan langsung segera dikirim.

Berdasarkan dari berbagai penjelasan diatas maka terdapat kebihan dari berbelanja *online* sehingganya konsumen bisa kapanpun dan

dimanapun bisa dapat berbelanja tanpa adanya keterbatasan waktu, banyak nya toko *online* menawarkan berbagai pilihan barang yang diinginkan oleh konsumen, serta menghemat energi, bisa membandingkan harga produk yang lebih murah, serta pembelian nya pun bisa dilakukan dengan mudah. Dengan kemudahan tersebut banyak nya masyarakat terutama mahasiswa yang memanfaatkan kelebihan dalam belanja *online* yang mengakibatkan banyak nya masyarakat dan mahasiswa berperilaku konsumtif.

b. Kekurangan Dalam Belanja *Online*

- 1) Terjadinya barang tersebut tidak sampai ketangan konsumen setelah melakukan pembayaran
- 2) Wujud dan produk yang tidak cocok dengan yang diinginkan, seperti yang kami lihat hanya dari gambar yang ada di *webswite*.
- 3) Pengiriman dan penanganan biaya yang tak terduga, sehingga biaya tambahan sangat diperlukan.
- 4) Barang tidak bisa dapat dicoba langsung karena pemesanan barang melalui media online
- 5) Proses pengiriman produk akan membutuhkan jangka waktu minimal tiga hari untuk bisa sampai kekonsumen.¹¹

Berdasarkan paparan diatas bahwa dapat kita ketahui tak hanya ada kelebihan dari belanja *online* melainkan ada pula kekurangan dalam

¹¹Afika Afika, Olivia Devi Yulian P dan Isak Pasulu, "Pengaruh Online Shopee terhadap Minat Beli Barang Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja", *Jurnal: Prosiding Seminar Nasional Manajmen dan Ekonomi 2.1* (2023):260-261.

belanja *online* diantaranya minimnya penipuan barang-barang yang dipesan tidak sampai kekonsumen, barang yang datang tidak sesuai dengan pemesanan, pengiriman biaya tambahan tak terduga, dan barangnya tidak bisa langsung dicoba karena pemesanan melalui media *online*.

4. Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Belanja *Online*

Jadi terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi belanja melalui media internet diantaranya sebagai berikut:

1) Kenyamanan

Konsumen tidak perlu bergelut dengan kemacetan lalu lintas, tidak perlu lagi mencari tempat parkir dan berjalan ke toko.

2) Kelengkapan Informasi

Konsumen bisa berinteraksi langsung dengan situs atau aplikasi penjualan *online* untuk mencari informasi, produk atau layanan yang benar-benar mereka inginkan, kemudian melakukan pemesanan di aplikasi itu langsung atau dari *wabsate* tersebut saat itu juga.

3) Waktu

Konsumen dapat dengan mudah mengecek harga dan memesan produk langsung selama 24 jam dimana pun dan kapan pun.

4) Kepercayaan konsumen

Pengaruh penyesalan dan kekecewaan pembelian akan terhadap evaluasi pilihan berikutnya, peristiwa dan tindakan konsumen yang memicu pembelian sebenarnya serta kemandirian pengiriman, keamanan data pribadi termasuk kedalam penggunaan kartu kredit.

Dari pernyataan di atas terdapat faktor yang bisa mempengaruhi belanja online seperti kenyamanan konsumen, kelengkapan informasi, waktu, serta kepercayaan konsumen.¹²

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Berdasarkan kata ekonomi berasal dari Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga (*house-hold*), sedangkan kata *nomos* yaitu yang memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Dengan kenyataannya ekonomi tidak hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota dan bahkan didalam suatu negara.

Adapun Islam juga berarti perdamaian ataupun keselamatan. Ekonomi Islam juga dibangun atas dasar agama Islam, karena perekonomian merupakan bagian yang tidak akan pernah bisa dipisahkan (integral) dari agama Islam. Dalam berbagai aspek, Islam mendefinisikan agama tidak hanya berkaitan dengan spiritualitas dan ritual tetapi sebagai serangkaian keyakinan serta aturan dan peraturan serta tuntunan moral dalam semua aspek kehidupan manusia.¹³

Jadi Prof Dr. Zainuddin Ali mengemukakan bahwa ekonomi Islam merupakan kumpulan dimana norma-norma hukum Islam yang terdapat

¹²Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, "Perilaku Belanja *Online* DiIndonesia: Studi Kasus", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 9.2(2018):203-204

¹³Ika Yulia Fauziah dan Abdul Kadir Riadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-syariah*, cet.ke-1 (Jakarta: Rawamangun,2014), 1-5.

dari sumber alquran dan hadist yang dapat mengatur perekonomian umat manusia.¹⁴

Ekonomi syariah yaitu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang atau sekelompok orang atau badan usaha yang memiliki berbadan hukum serta yang tidak memiliki badan hukum untuk memenuhi kebutuhannya yang bersifat komersial dan serta tidak komersial menurut prinsip syariah.¹⁵

Berdasarkan dari pengertian ekonomi Islam diatasbahwa dapat disimpulkan pengertian ekonomi syariah atau ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang bersumber dari wahyu transendental (Alquran dan Hadis) yang merupakan sumber penafsiran dari wahyu yang disebut dengan istilah ijtihad.

2. Sumber Hukum Ekonomi Islam

Hukum ekonomi Islam sebagai landasan pengambilan keputusan, juga mempunyai sumber-sumber hukum yang menjadi dasar penerapan hukum (*istinbath*) dalam Islam. Dari sumber-sumber yang disepakati oleh para ulama adalah Al-quran, hadist dan sunnah, *ijma* dan *qiyas* diantaranya sebagai berikut:

a. Al-Quran

Sumber hukum islam yang abadi dan asli yaitu adalah kita suci al-Quran. Al-Quran adalah sumber perta dalam hukum ekonomi Islam.

Al-Quran merupakan kalam allah SWT yang diturunkan kepada nabi

¹⁴Aan Ansori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah", *islamicomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam* 7.1 (2026): 4-5.

¹⁵*Ibid.*, 4-5.

muhammad SAW secara mutawatir melalui malaikat jibril yang diawali dengan surat Al-Fatihah dan di akhiri dengan surat An-Nas dan dengan membacanya merupakan ibadah. Al-Quran merupakan sumber utama dari segala hukum islam, seperti larangan riba, kewajiban selalu menepati janji, dan penegasan dalam ke halalan urusan jual beli.

b. Hadist dan Sunnah

sumber hukum ke dua setelah Al-Quran adalah As-Sunnah: berupa perkataan (*Sunnah Qauliyah*), perbuatan (*Sunnah fi'iliyah*) dan diam (*Sunnah Taqruruyah*) Rasullulah, maka dapat di katakan pula bahwa hanya itu saja. Berdasarkan sunnah Nabi muhammad SAW dan Al-Hadist sangatlah tipis, karena sunnah adalah segala sesuatu yang berdasarkan atas Nabi Muhammad SAW saja, sedangkan al-Hadist tidak hanya berdasarkan Nabi Muhammad SAW saja tetapi juga berdasarkan para sahabat Nabi Muhammad SAW.

c. *Ijma*

Ijma adalah sumber hukum dalam ekonomi Islam yang merupakan kesepakatan dan kesesuaian pendapat para ahli atau cendukiawan dalam agama mengenai suatu masalah di suatu tempat pada suatu masa. Dengan kata lain *ijma* adalah kesepakatan para mujtahid pada masa setelah wafatnya Nabi Muhammad SAW. Ahmad hanafi menyimpulkan bahwa *ijma* merupakan suatu asas hukum terjadi dalam masyarakat, termasuk dalam bidang perekonomian.

d. *Qiyas*

Secara etimologis *Qiyas* berarti keseimbangan dan ukuran. *Qiyas* menyamakan sesuatu yang tidak ada nashnya dengan sesuatu yang ada nashnya karena kita melihat bersamaan antara haram dan hukum oleh karena itu, menurut Abdul Wahab Khalaf, *qiyas* dapat disimpulkan sebagai keputusan untuk menyamakan suatu persoalan / peristiwa yang belum ada ketentuan hukumnya (*Nash*) dalam Al-Quran dan sunnah dalam persoalan yang sudah ada secara hukum. di dalam Al-Quran dan as-sunnah berdasarkan atas adanya persamaan illat hukum antara dua kejadian tersebut.¹⁶

3. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam

Adapun banyaknya nilai-nilai dasar dalam Al-quran dan hadist yang berkaitan dengan ekonomi. Dari berbagai sudut pandang ekonomi umat Islam, dapat disimpulkan bahwa nilai inti ajaran Islam adalah *Tauhid*, yang berarti seluruh aktivitas manusia, termasuk perekonomian, hanya bisa untuk ditunjukkan pada hukum Allah.

Ada tiga nilai dasar pada ekonomi Islam diantaranya yaitu:

a. *Adl* (Keadilan)

Keadilan adalah nilai yang paling asasi didalam ajaran Islam. Menegakkan keadilan serta memberantas kezaliman merupakan tujuan utama dari risalah para Rasul-nya.

¹⁶M. Abas, Dkk, *Hukum ekonomi syariah*, cet. ke-1 (Kota Jambi: Kenali jaya,2023), 16-18.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
 شَرْعَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۖ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ
 خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan jangan lah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk tidak berlaku adil, berlaku lah dengan adil, karena (adil) itu lebih dekat kepada ketakwaan. Serta bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah, maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”¹⁷ (Al-maidah:8)

b. *Khilafah*

Arti *khilafah* biasanya berarti tanggung jawab untuk penganti atau utusan Allah dialam semesta. Manusia diciptakan dibumi sebagai *khalifah*, yaitu menjadi wakil Allah dimuka bumi untuk kemakmuran bumi dan alam semesta. *Khalifah* dapat dipahami sebagai tanggung jawab untuk berperilaku ekonomi dengan cara yang benar serta untuk memaksimalkan dan meningkatkan kesejahteraan individu.

c. *Takaful*

Konsep *Takaful* mencakup jaminan atas kepemilikan dan pengelolaan sumberdaya oleh individu, atas penikmatan hasil pembangunan atau produksi, atas terbentuknya keluarga sakinah, untuk amar ma’aruf nahimungkar.¹⁸

¹⁷Departemen Agama RI, *Al-qur’an dan Tejemahnya.*, 146

¹⁸Ali Ridlo, “Zakat Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Al-adl* 7.1 (2014): 129-130.

4. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Diantaranya prinsip-prinsip ekonomi islam antara lain yaitu:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan merupakan prinsip terpenting dalam sistem ekonomi islam. Sebab setiap transaksi ekonomi yang dilakukan harus dengan cara sewajarnya, tanpa menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Prinsip keadilan juga digunakan dalam semua distribusi kekayaan dan pendapatan.

b. Prinsip Keseimbangan

Asas keseimbangan adalah asa yang menekankan pada pentingnya menjaga keseimbangan antara kepentingan bersama dan kepentingan individu. Dalam sistem ekonomi islam, kepentingan individu tidak boleh merugikan kepentingan masyarakat atau kepentingan kolektif. Sebab ekonomi islam juga bertujuan untuk menciptakan masalah dan falah dalam masyarakat.

c. Prinsip Kebebasan

Prinsip kebebasan yaitu salah satu prinsip ekonomi islam yang menekankan akan pentingnya kebebasan individu dalam segala macam transaksi ekonomi. Namun dengan adanya kebebasan melakukan transaksi ekonomi ini harus berdasarkan prinsip ajaran islam atau hukum syariah.

d. Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Prinsip tanggung jawab sosial merupakan salah satu prinsip ekonomi islam yang menekankan pentingnya tanggung jawab individu terhadap masyarakat. Dalam sistem ekonomi islam, setiap individu harus memahami dan selalu memperhatikan kemaslahatan umum dari setiap transaksi ekonomi yang dilakukan.¹⁹

5. Perilaku Konsumtif dalam Ekonomi Islam

Perilaku konsumtif dalam pandangan Islam itu sendiri sangat sudah jelas dilarang dan bahkan tidak di anjurkan, karena perilaku tersebut sama dengan perilaku sombong, riya, serta mubazir. Sudah sepatutnya sebagai seorang muslim untuk berperilaku dalam menggunakan barang itu sesuai dengan porsinya atau sewajarnya, karena sesuatu yang berlebihan itu tidak baik dan dilarang dalam agama Islam. Perilaku konsumtif adalah suatu keinginan untuk menggunakan suatu barang atau produk secara berlebihan, untuk mencapai kepuasan semata. Rasulullah SAW memberikan sebuah nasihat kepada umatnya, sebagaimana dibawah ini:

وَعَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (كُلُّ، وَاشْرَبْ، وَالْبَسْ، وَتَصَدَّقْ فِي غَيْرِ سَرَفٍ، وَلَا مَخِيلَةَ) أَخْرَجَهُ أَبُو دَاوُدَ، وَأَحْمَدُ، وَعَلَّقَهُ الْبُخَارِيُّ

Artinya: “Dari ‘Amr Ibnu Syu’aib, dari ayahnya, dari kakeknya, radhiyallāhu ‘anhum (semoga Allāh meridhai mereka) berkata, Rasūlullāh shallallāhu ‘alayhi wa sallam bersabda: “Makanlah dan minumlah dan berpakaianlah dan bersedekahlah tanpa berlebihan (isrāf) dan

¹⁹Mahdi, Dkk, *Ekonomi Konvensional VS Ekonomi Islam*, cet. Ke-1 (Jawa Barat: Indramayu, 2024), 5-7.

tanpa kesombongan.²⁰” (HR Abū Dāwūd dan Ahmad dan Al-Imām Al-Bukhāri meriwayatkan secara ta’liq).

Dari makna hadist tersebut dampak dari perilaku konsumtif adalah hidup jadi boros, banyak barang yang tidak terpakai, dan bisa menyebabkan kecemburuan sosial. Dalam Islam sendiri perilaku konsumtif sangat dibenci oleh Allah SWT, karena Allah tidak menyukai seorang hamba yang berperilaku seperti itu atau mengahambur- hamburkan sesuatu yang tidak sesuai kebutuhan.²¹ Konsumsi dalam Islam diajarkan untuk mengutamakan kebutuhan di atas keinginan, yang menjadi dasar kebutuhan dalam Islam berdasarkan pada *masalah* serta hemat dan sederhana. Perilaku konsumtif dalam ekonomi Islam harus mengetahui tingkat kepentingan untuk mengonsumsi suatu barang.

Ada beberapa tingkat kebutuhan manusia diantaranya:

a. *Dharuriyyah*(primer)

Daruriyyah adalah sesuatu yang sangat penting menjadi kebutuhan dasar kehidupan untuk menopang utilitas manusia. Sehingga, menjadi kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia. Hal-hal yang bersifat *darury* bagi manusia dalam pengertian ini bersumber dari pada memelihara lima hal, yaitu agama, jiwa , pendidikan keturunan, dan harta. Selama kelima kebutuhan tersebut terpenuhi, manusia dapat menjalani kehidupannya dengan baik.

²⁰Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking, look cit.*, 518

²¹Evianah, Dwi Indah Mustikorini dan Kharis Marpudianto, “Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal: Ilmiah Ekonomi Islam*10. 1 (2024): 835-842.

b. *Hajiyyah*(sekunder)

Kebutuhan *hajiyyah* hanya dapat terpenuhi jika kebutuhan *daruriyyah* telah terpenuhi. Kegagalan dalam memenuhi kebutuhan *hajiyyah* sebenarnya tidak mengancam *dharuriyyah*, selama *dharuriyyah* itu masih ada.

c. *Tahsiniyyah*(tersier)

Tahsiniyyah yakni kebutuhan hidup komplementer-sekunder untuk menyempurnakan kesejahteraan manusia. Jika kemaslahatan *tahsiniyyah* ini tidak terpenuhi, maka kemaslahatan hidup manusia kurang sempurna dan kurang nikmat meski tidak menyebabkan kesengsaraan dan kebinasaan hidup.²²

Konsumsi merupakan suatu hal yang terpenting dalam kehidupan. Dalam pandangan islam kebutuhan berkaitan dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Sedangkan keinginan hanya menambah kepuasan saja. Jika kebutuhan yang diinginkan seseorang maka pemenuhan itu akan melahirkan *masalah* sekaligus kepuasan. Namun, jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi keinginan maka hanya memberikan manfaat saja. Begitu juga sebaliknya jika keinginan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya memberikan suatu kepuasan yang bersifat relatif. Islam menjelaskan bahwa mengkonsumsi yang berlebihan disebut dengan

²²Alma, Wahyuddin, Perilaku Konsumtif Perspektif Ekonomi Islam di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 4 Issue 2, Desember (2022), 28.

pemborosan. Pemborosan berarti membelanjakan harta yang tidak memiliki manfaat dan dilarang dalam islam.²³

Islam dianjurkan membelanjakan harta sesuai dengan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan Firman Allah SWT.

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya : Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.²⁴ (Al-isra: 26)

Dari ayat di atas terlihat jelas bahwa Allah SWT menyampaikan orang yang boros adalah saudara setan dan setan sangat mungkar pada tuhan, maksud tuhan disini yaitu Allah SWT.

6. Dampak Perilaku Konsumtif Menurut Islam

Dampak perilaku konsumtif menurut islam diantaranya sebagai berikut:

a. *Israf* (Pemborosan)

Israf yang artinya melampaui batas atau berlebihan. Kamus *lisan al-Arab* menyebutkan kata ‘*saraf*’ dan ‘*israf*’ berarti melampaui batas tujuan (*mujāwazah al-qashd*). Kata *israf* biasanya digunakan dalam bidang ekonomi, penggunaan barang, dan hajat hidup manusia. *Israf* ialah membelanjakan harta atau menggunakan sesuatu yang melebihi batas kewajaran atau berlebih-lebihan. Dengan kata lain, *israf* ialah pemborosan. Orang yang suka berlebih-lebihan dalam menggunakan

²³Abdul Ghofur, *Falsafat Ekonomi Syariah*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020.

²⁴Depertemen Agama RI., 1067

harta disebut *musrif* (pemboros). Pemborosan adalah perbuatan yang tidak terpuji. Perilaku boros dalam membelanjakan harta untuk kepentingan selain ketaatan kepada Allah Swt, dilarang agama. Sebab, Islam sangat menekankan tolong-menolong dan berbagi di antara sesama, serta mempersempit jurang kesenjangan ekonomi dan sosial. Ketika orang miskin dan du'afa masih membutuhkan uluran tangan, pemborosan harta berarti melebarkan jalan kesenjangan sosial itu.²⁵

Allah Swt, melarang perbuatan boros dalam Firman-Nya:

فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا أَمْرَ الْمُسْرِفِينَ ﴿١٥١﴾ الَّذِينَ يُفْسِدُونَ
فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: “Maka bertakwalah kepada Allah dan taatlah kepadaku, dan janganlah kamu mentaati perintah orang-orang yang melampaui batas, yang berbuat kerusakan di bumi dan tidak mengadakan perbaikan.”²⁶(QS. Asy-Syu'ara/26:150-152)

Dari ayat-ayat di atas, dapat dipahami bahwa tindakan boros adalah kesesatan yang membuat pelakunya melupakan Allah. Perilaku boros termasuk kerusakan dan pelakunya disebut para perusak (*mufsidin*).

Menurut Al-Ghazali, *israf* yaitu: berlebihan dalam membelanjakan harta, baik untuk hal-hal yang dibolehkan apalagi yang dilarang. *Israf* merupakan penyakit rohani yang berkaitan dengan konsumsi makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, dan lain sebagainya. Menurut Sufyan Ats-Tsauri, *israf* ialah menempatkan

²⁵Toto Edidarno, Mulyani dan Miliki Aan, *Akidah Akhlak Untuk Madrasah Aliyah Kelas X*, (Semarang: PT Karya Taha Putra, 2019), 132-134.

²⁶Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* ., 535

sesuatu yang bukan pada haknya, seperti memakan sesuatu yang tidak diharamkan, atau melampaui batas tujuan memakan yang halal. Hakikat *israf* ialah pembelanjaan harta yang menyimpang dari kepentingan taat kepada Allah. Berlebihan membeli makanan yang halal adalah *israf*, begitu pula berlebihan dalam membeli makanan yang dikonsumsi bukan untuk ketaatan kepada Allah.²⁷

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *israf* berkaitan dengan pemborosan harta, berlebihan dalam makanan, atau belanja konsumtif. *Israf* adalah perilaku tercela yang diharamkan karena membuat pelakunya lupa kepada Allah.

1) Dampak Negatif *Israf* (Pemborosan)

- a) Menyebabkan pola hidup individualistik karena menumbuhkan sikap tidak peduli terhadap kondisi lingkungan sekitar.
- b) Menimbulkan sikap sombong dan membanggakan apa yang ia miliki, seperti kedudukan dan harta.
- c) Mengakibatkan kesenjangan sosial dan memperlebar jarak antara si kaya dan si miskin, serta menimbulkan kriminalitas dan premanisme.
- d) Menyebabkan kebangkrutan, kemiskinan, dan bertumpuknya utang
- e) Mengikuti hawa nafsu yang tidak pernah puas dalam berbelanja.

²⁷Toto Edidarmo, dan Mulyani, *Pendidikan Agama Islam Akidah Akhlak. Kelas XI*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 2014), h.142

- f) Menimbulkan penyakit fisik, kekerasan hati, kebekuan dalam berpikir, dan cenderung pada dosa.
- g) Mengakibatkan lupa diri dan menjebak orang untuk berbuat yang haram dalam mencari rezeki.²⁸

b. *Bakhil* (Kikir)

Bakhil secara bahasa ialah menahan sesuatu yang dimiliki dan tidak mau berbagi dengan orang lain. Kata *bakhil* merupakan serapan dari Arab (*bukhl*). Dalam bahasa Indonesia, kata ini disinonimkan dengan kikir, lokek, dan pelit. Menurut Al-Jurjani, *bakhil* ialah mencegah harta benda agar tidak dimiliki oleh orang lain. *Bakhil* atau kikir merupakan sifat tercela yang berkaitan dalam penggunaan harta untuk kepentingan agama atau keperluan orang banyak. Seseorang dikatakan *bakhil* apabila ia menahan harta miliknya untuk didermakan atau diberikan sesuai dengan ketentuan agama seperti zakat dan nafkah keluarga atau untuk kepentingan kemanusiaan seperti sedekah, infak, dan hadiah.²⁹

Bakhil atau pelit adalah sifat tercela yang ditimbulkan dari rasa egoisme yang keterlaluan. Orang yang berkarakter demikian mempunyai hati yang keras; tidak mempunyai rasa belas kasihan dan tidak berperikemanusiaan. Karena itu, dalam kajian tasawuf, *bakhil* dinilai sebagai penyakit hati yang harus dilenyapkan melalui berbagai terapi rohani atau pendisiplinan jiwa. Penyakit *bakhil* akan

²⁸Toto Edidarmo, Mulyani dan Miliki Aan, *Akidah Akhlak.*, 135

²⁹Toto Edidarmo, dan Mulyani, *Pendidikan Agama Islam Akidah Akhlak.*, 146-147.

menyebabkan malapetaka yang besar terhadap suatu masyarakat. Penyakit ini bisa menanamkan rasa dengki dan iri hati dalam jiwa orang-orang fakir miskin terhadap orang-orang kaya yang *bakhil*. Sebagai akibatnya, mereka yang miskin akan mencari kesempatan untuk melampiaskan rasa kedengkiannya terhadap si kaya yang *bakhil*, dan berusaha mencari jalan untuk menghancurkan harta kekayaannya. Banyak revolusi berdarah diawali dari kekikiran orang-orang kaya yang mengeksploitasi harta kekayaan masyarakat. Mereka menggunakan harta yang diperoleh dari masyarakatnya untuk berfoya-foya dan memuaskan nafsu syahwatnya. Sedangkan orang-orang fakir miskin yang berada di sekitarnya dalam keadaan kelaparan dan membutuhkan sesuap nasi untuk mempertahankan hidup mereka.³⁰

Oleh karena itu, Islam menganggap *bakhil* sebagai perbuatan tercela dan bahkan termasuk dosa besar. Allah Swt. berfirman:

وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخَلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلِلَّهِ مِيرَاثُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Dan jangan sekali-kali orang-orang yang kikir dengan apa yang diberikan Allah kepada mereka dari karunia-Nya, mengira bahwa (kikir) itu baik bagi mereka, padahal (kikir) itu buruk bagi mereka. Apa (harta) yang mereka kikirkan itu akan dikalungkan (di lehernya) pada hari kiamat. Milik Allah-lah warisan (apa yang ada) di langit dan di bumi.

³⁰*Ibid.*, 147-148.

*Allah Mahateliti ter- hadap apa yang kamu kerjakan.*³¹"(QS. Ali Imran 3: 180)

- 1) Dampak Negatif *Bakhil* (Kikir)
 - a) *Bakhil* menyebabkan seseorang disiksa di akhirat dengan cara digantungi harta benda yang dibakhilkan.
 - b) *Bakhil* menyebabkan seseorang dijauhi oleh Allah dan manusia, dijauhkan dari surga, dan didekatkan dengan neraka.
 - c) *Bakhil* dapat memutuskan tali silaturrahim, baik dengan keluarga maupun dengan orang lain.
 - d) *Bakhil* dapat mendorong orang lain yang berhak mendapatkan bantuan untuk melakukan tindak kejahatan terhadap si *bakhil*.
 - e) *Bakhil* menyebabkan seseorang didengki dan dibenci oleh orang-orang yang membutuhkan bantuannya.
 - f) *Bakhil* menyebabkan hati seseorang merasa sempit, tidak pernah puas, dan selalu gelisah karena takut hartanya dicuri orang.³²

³¹Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 73

³²Toto Edidarno, Mulyani dan Miliki Aan, *Akidah Akhlak.*, 141

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah dimana peneliti melakukan penelitian langsung di lokasi yang akan diteliti untuk mendapatkan dan mengumpulkan data.¹

Jadi penelitian ini bisa dikatakan sebagai penelitian lapangan di karenakan peneliti akan memperoleh informasi dari objek yang akan diteliti langsung dari kehidupan nyata pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2023 IAIN Metro sebagai tempat penelitian.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini yaitu menggunakan penelitian deskriptif adalah peneliti berupaya untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, serta kejadian yang sedang terjadi pada saat ini.² Penelitian deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data yang dikumpulkan baik berupa kata-kata, gambar, dan yang bukan angka.³

¹Herman dan Laode Anhusadar, "Pendidikan Islam Anak Suku Bajo: Penelitian Lapangan pada Suku Bajo", *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6.4 (2022): 2665-2676.

²Noor, Juliansyah, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 33-34

³Aulia Huwaidah, C.A Astuti Darmiyanti dan Wd. D. Saprialman, "Penerapan dan Pengembangan Kode Etik Tenaga Kependidikan di SMP Islam Tarbiyyatul Falah", *Jurnal : Ilmiah Wahana Pendidikan* 9.3 (2023): 117-125

Hasil dari penelitian ini merupakan data kualitatif yang artinya data yang berupa dari keterangan-keterangan serta uraian-uraian sehingga yang akan di uraikan tersebut akan tergambar tentang dampak perilaku konsumtif terhadap belanja *online* pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro serta menekankan pada perspektif ekonomi Islam.

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data di bagi menjadi dua diantaranya sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan subyek yang dimana bisa memberikan data secara langsung.⁴ Data primer dapat di peroleh secara langsung dari lokasi penelitian sesudah melakukan observasi yaitu melalui cara *purposive sampling* yang bisa diartikan pemilihan sampel atau informan secara gejala atau kriteria tertentu, yaitu mahasiswi yang aktif dalam berbelanja *online*, mahasiswi yang memahami konsep ekonomi islam dan mahasiswi yang bersedia menjadi responden. Dan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 18 mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2023 yaitu Diva Okta Nadia, Dwi Puspita, Septia, Melda, Olliviya, Predita, Ely, Nanda Tiara, Aurel, Ajeng, Amelda, Rini, Nanda Aulia, Vika, Devika, Siti, Istikomah dan Ellya yang ada di sekitar kampus IAIN Metro.

⁴ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h.143.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini yaitu data yang didapat dari Al-quran dan Hadist, buku-buku fiqh muamalah yang bisa dijadikan acuan teoritik tentang perilaku konsumtif dan prinsip-prinsip konsumtif dalam Ekonomi Islam, artikel, serta sumber lainnya yang relevan dengan pokok permasalahan yang telah diangkat peneliti dalam proposal ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik tanya jawab dalam penelitian yang sedang berlangsung secara lisan oleh dua orang atau lebih secara bertatap muka langsung untuk mendengarkan secara langsung informasi serta keterangan.⁵Wawancara dapat dilihat dari bentuk pertanyaan yang dapat dibagi menjadi tiga yaitu: wawancara terstruktur, wawancara tak struktur, dan wawancara semi terstruktur.

Adapun jenis wawancara yang di gunakan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana informan yang akan diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.⁶Hal ini yang dilakukan peneliti untuk memperoleh keterangan dan untuk mendapatkan data dari mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2023 maka sampel yang akan diwawancarai adalah 18 mahasiswi yang

⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara,2010),

⁶Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif.*, 64

bernama Diva Okta Nadia, Dwi Puspta, Septia, Melda, Olliviya, Predita, Ely, Nanda Tiara, Aurel, Ajeng, Amelda, Rini, Nanda Aulia, Vika, Devika, Siti, Istikomah dan Ellya yang ada di kampus IAIN Metro. Data yang di ambil dari wawancara tersebut adalah data yang berkaitan dengan dampak perilaku konsumtif terhadap belanja *online* pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.

2. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data peneliti juga menggunakan metode dokumentasi yang artinya pengumpulan data didapat dari dokumen.⁷ Metode dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa dokumen tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan, pemikiran fenomena yang masih berupa aktual serta yang sesuai dengan masalan penelitian.

D. Teknik Analisa Data

Analisa data merupakan proses pencarian dan mengumpulkan data secara sistematis di peroleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, yaitu dengan cara mengorganisasikan data tersebut kedalamkategori, mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, serta memilih mana yang paling penting dan yang

⁷ Husaini Usman, Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h.57

akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingganya dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁸

Ada beberapa langkah proses dalam analisis kualitatif dalam penelitian ini diantaranya:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu langkah awal dalam penelitian. Yang dimana data diperoleh adalah data yang berkaitan dengan penelitian tersebut supaya untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah. Dari tahapan ini peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, serta peneliti mencari data yang didapat dari Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan ekonomi Syariah angkatan 2023 IAIN Metro serta mencari informan untuk bisa diwawancarai.

2. Reduksi Data

Reduksi data meliputi rangkuman, serta memilih hal-hal yang pokok, memusatkan perhatian pada hal-hal yang paling penting, dan menemukan tema dan polanya.⁹Dalam reduksi data peneliti bertujuan untuk menelaah secara keseluruhan data yang di dapat dari lapangan, yaitu mengenai dampak perilaku konsumtif mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN metro terhadap berbelanja online yang ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

⁸ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara,2010), 8.

⁹ Sandu Siyoto Dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 122.

3. Pengambilan Kesimpulan

Pengambilan kesimpulan adalah tahap akhir dari proses analisa data. Dalam penelitian ini menggunakan metode berfikir induktif. Induktif adalah suatu cara berfikir dengan cara menggunakan analisis data yang di peroleh lalu kemudian hasil yang didapat kiranya bisa untuk memecahkan persoalan umum, dengan cara berfikir induktif ini peneliti gunakan untuk memaparkan dampak perilaku konsumtif terhadap belanja *online* pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 2023 lalu di analisis menurut perspektif ekonomi islam.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro

1. Sejarah dan Perkembangan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro

Jurusan ekonomi syariah Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro adalah salah satu jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro dari sejak tahun 2016 lalu mengalami perubahan status dari program studi menjadi jurusan. Perubahan status tersebut yang didasarkan pada perubahan status STAIN Metro menjadi IAIN Metro sebagaimana yang tertuang dalam peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016. Menurut Perpres tersebut, dengan berdirinya IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Terkait dengan adanya perubahan ini, maka semua kekayaan, pegawai, hak serta kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Begitu pula seluruh mahasiswa STAIN perguruan tinggi tersebut menjadi mahasiswa IAIN.¹

Perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro pada tahun 2016 mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pengembangan sarana dan prasarana yang akan menjadi lebih memadai guna untuk mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Salah satu

¹<http://febi.metrouniv.ac.id>, Diakses Pada Tanggal 22 Oktober 2024.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang di dalamnya mencakup beberapa jurusan yang diantaranya ialah Jurusan Ekonomi Syariah.²

2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro

Berikut ini ada beberapa Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro di antaranya yaitu:

a. Visi

“Menjadi Pusat Studi Ekonomi Syariah yang unggul ditingkat nasional dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan pada tahun 2024”.

b. Misi

- 1) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.
- 2) Melaksanakan Penelitian Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan inovasi dan kreatifitas.
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berbasis media digital dan ekonomi kreatif yang unggul dan mencapai kepuasan *stakeholder*.³

²*Ibid.*,

³<http://febi.metrouniv.ac.id> Diakses Pada Tanggal 22 Oktober 2024

3. Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro

Keadaan mahasiswa angkatan 2023 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Angkatan 2023⁴

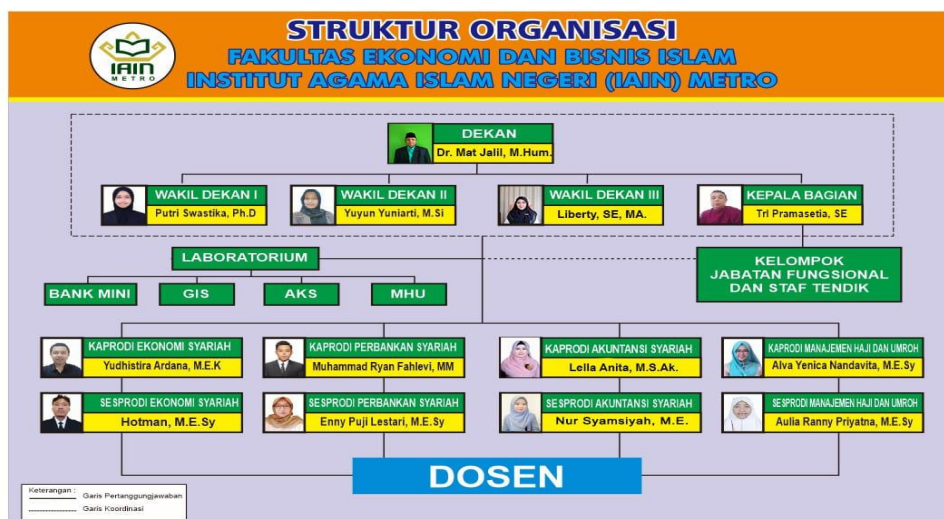
Putra	Putri	Jumlah
56	98	154

Berdasarkan tabel diatas, maka Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 2023 berjumlah 154 yang terdiri dari putra 56 orang dan putri 98.

4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Berikut ini adalah struktur organisasi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro:

Gambar 2.1
Struktur Organisasi⁵



⁴Dokumentasi Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Angkatan 2023 Diperoleh dari Akademik FEBI IAIN Metro.

⁵<http://febi.metrouniv.ac.id>Diakses Pada Tanggal 22 Oktober 2024.

B. Perilaku Konsumtif dan Dampaknya Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja *Online*

1. Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja *Online*

Perilaku konsumtif adalah dimana suatu kegiatan yang dilakukan individu untuk memenuhi kebutuhan, namun dengan memiliki kecenderungan mengkonsumsi tiada batas, berlebihan, dan boros. Pada kenyataannya, perilaku konsumtif di dorong oleh hasrat dan keinginan yang tidak di dasarkan pada kebutuhan, seseorang lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) dari pada kebutuhan (*need*), tanpa skala prioritas dan mengartikan nya sebagai gaya hidup mewah.⁶

Perilaku konsumtif pada mahasiswi IAIN Metro dalam belanja *online* merupakan temuan yang ada di lapangan yang di peroleh dari hasil wawancara dengan mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 2023. Pemaparan data penelitian ini di uraikan berdasarkan pokok-pokok hasil wawancara sebagai berikut:

a. Uang saku perbulan, Produk yang dibeli, Toko *online* yang digunakan

Wawancara dengan Dwi salah satu mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang diperoleh perbulannya yaitu Rp.700.000 untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam setiap bulannya ia menghabiskan uangnya sebanyak Rp.500.000 serta Dwi juga mengatakan sering berbelanja *online*

⁶ Mardiah, dan Ainun, "Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri dikota Pekanbaru., 93-103.

bahkan dalam perbulannya bisa tiga kali dalam melakukan belanja *online*. Produk yang paling sering dibeli yaitu *skincare*, baju dan jilbab, adapun toko *online* yang paling sering digunakan untuk berbelanja adalah *Shopee*, pertimbangannya karena di toko *online* lebih praktis tanpa harus keluar rumah dan harganya pun lebih murah bahkan bisa selisih Rp.20.000 an di bandingkan harga di toko *offline*.⁷

Informasi yang serupa dikatakan oleh Septia juga mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang diperoleh setiap bulannya adalah Rp.900.000 dan Septia juga mengatakan sering berbelanja *online* bahkan perbulannya bisa empat kali dalam melakukan belanja *online*. Produk yang paling sering dibeli yaitu *Skincare*, jilbab, baju dan barang-barang lainnya, uang yang dihabiskan untuk membeli barang-barang tersebut yaitu sebanyak Rp.600.000 adapun toko *online* yang digunakan TiktokShop dan *Shopee*. Pertimbangannya karena harga yang lebih murah dibandingkan harga di *Store* langsung.⁸

Melda dan Olliviya adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro juga mengatakan sering berbelanja *online* melalui *shopee* dan tiktok shop. Uang saku perbulan yang diterima Melda dan Olliviya adalah sebesar Rp.1.500.000 untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan kedua mahasiswa tersebut menghabiskan

⁷Wawancara dengan Dwi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, Tanggal 23 Oktober 2024

⁸Wawancara dengan Septia Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, Tanggal 23 Oktober 2024

uangnya sebanyak Rp.500.000 untuk membeli *Skincare*, tas dan bajudari toko *online*. Bahkan kedua mahasiswi tersebut bisa melakukan berbelanja *online* empat kali dalam setiap bulannya.⁹

Predita dan Ely keduanya adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro yang saku yang diterima dalam setiap bulannya sebanyak Rp.500.000-600.000 uang yang dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yaitu Rp.400.000 untuk membeli produk yaitu *Skincare*, baju dan celana dari toko *online*. kedua mahasiswi tersebut mengatakan sangat sering berbelanja *online* dalam perbulannya bahkan bisa tiga kali dalam berbelanja melalui *Shopee*.¹⁰

Nanda Tiara Dewijuga salah satu mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang diperoleh dalam perbulannya sebanyak Rp.500.000 dan Nanda Tiara Dewi juga mengatakan sering berbelanja *online* sebulan bisa dua kali berbelanja melalui *shopee*. uang yang dihabiskan setiap bulannya yaitu Rp.300.00 untuk membeli buku, *skincare*, *make-up* dan baju dari toko *online*. Pertimbangannya yaitu lebih praktis dan banyak diskon.¹¹

Aurel, Ajeng dan Amelda ketiganya juga adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang di peroleh dalam perbulannya sebanyak Rp.350.000 uang yang dihabiskan dalam

⁹Wawancara dengan Melda dan Olliviya Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

¹⁰Wawancara dengan Predita dan Ely Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

¹¹Wawancara dengan Nanda Tiara Dewi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

berbelanja *online* yaitu Rp.200.000 ketiganya mengatakan bahwa sering berbelanja *online* dalam sebulannya dua kali dalam berbelanja melalui tiktok shop dan *shopee*. Produk yang paling sering dibeli dari toko *online* diantaranya yaitu seperti jilbab dan baju. Perimbangan lebih tertarik membeli produk di toko *online* yaitu hemat biaya dan mudah dijangkau.¹²

Peneliti mencoba menggali lagi informasi dari mahasiswi yang bernama Rini Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan bahwa sangat sering berbelanja *online* bahkan sebulan bisa tiga kali dalam melakukan belanja *online* di *shopee* dan tiktok shop. Uang saku yang di terima setiap bulannya yaitu Rp.700.000, uang yang di habiskan untuk berbelanja di toko *online* yaitu Rp.550.000 diantaranya untuk membeli *fashion, skincare* dan *make-up*.¹³

Menurut Nanda Aulia dan Vika keduanya dalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan hal yang sama bahwa sangat sering berbelanja *online* bahkan bisa empat kali dalam berbelanja di aplikasi *shopee* dan tiktok shop, uang saku yang di peroleh setiap bulannya yaitu Rp.1.200.000 untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya ia menghabiskan uang nya sebanyak 700.000 diantaranya untuk membeli produk seperti *fashion, skincare*

¹²Wawancara dengan Aurel, Ajeng dan Amelda Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

¹³Wawancara dengan Rini Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

dan *make-up*. Pertimbangannya dikarenakan harga nya yang lebih murah jika dibandingkan harga di toko *offline*.¹⁴

Nadia juga mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang di peroleh setiap bulannya yaitu Rp.400.000 untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya Nadia menghabiskan uang nya untuk membeli baju, jilbab dan tas di toko *online shopee*. Serta ia mengatakan bahwa sering berbelanja di toko *online* bahkan bisa tiga kali dalam berbelanja.¹⁵

Berbeda dengan ke-empat belas mahasiswi diatas Devika, Siti dan Istikomah ketiganya juga mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang di peroleh ketiganya yaitu Rp.600.000 dan uang yang dihabiskan untuk berbelanja di toko *online* yaitu 200.000 ketiganya mengatakan tidak terlalu sering berbelanja *online* bahkan perbulannya hanya satu kali dalam melakukan belanja *online* dan lebih memilih berbelanja langsung ke toko atau kepasar, karena tidak menunggu waktu yang lama barang langsung di dapat dan bisa dibawa pulang. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Devika yang kurang tertarik untuk melakukan berbelanja secara *online*, karena pernah mempunyai pengalaman yang kurang menyenangkan ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang ada di gambar. Menurut Siti kurang tertarik melakukan belanja secara *online* karena

¹⁴Wawancara dengan Nanda Aulia dan Vika Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

¹⁵Wawancara dengan Nadia Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

takut kebergantungan dengan toko *online*. Selain itu menurut Istikomah kurang tertarik melakukan belanja *online* di karenakan harus menunggu beberapa hari barang baru sampai ke tangan konsumen.¹⁶

Berkaitan dengan belanja secara *online*, hal serupa yang dikatakan oleh Ellya juga salah satu mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro uang saku yang di peroleh sebanyak Rp.500.000 ia mengatakan bahwa sangat jarang melakukan berbelanja secara *online* bahkan tiga bulan satu kali dalam melakukan belanja *online*. Dan lebih tertarik untuk berbelanja secara langsung dipasar atau ditoko. Pertimbangan nya karena untuk memastikan barang yang dibeli aman serta sesuai apa yang kita inginkan.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dilihat bahwa uang saku mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah yang dijadikan sempel berada di kisaran Rp.350.000-Rp.1.500.000 per-bulan. Dimana sebanyak 1 mahasiswi sangat jarang melakukan berbelanja secara *online* bahkan tiga bulan satu kali, 3 mahasiswi melakukan 1 kali dalam berbelanja *online* setiap bulannya, 4 mahasiswi melakukan 2 kali dalam berbelanja secara *online* setiap bulannya, 5 mahasiswi melakukan 3 kali dalam berbelanja secara *online* perbulannya, 5 mahasiswi melakukan 4 kali dalam berbelanja *online* setiap bulannya,

¹⁶Wawancara dengan Devika, Siti dan Istikomah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 25 Oktober 2024

¹⁷Wawancara dengan Ellya Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 25 Oktober 2024

dan mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro sudah terbiasa dengan melakukan pembelian secara *online* melalui *e-commerce*. Sedangkan toko *online* yang sering di gunakan dan di pilih dalam melakukan belanja *online* di antaranya yaitu tiktok shop dan *shopee*. Bagi mahasiswi yang sudah sering melakukan belanja *online* rata-rata pembelian dalam setiap bulannya bisa dua, tiga dan empat kali pembelian. Adapun produk yang sering di beli seperti *skincare*, *make-up*, jilbab, baju dan tas.

- b. Pembelian produk karena iming-iming hadiah, Membeli saat ada promo, Model iklan yang terkenal dan terpepuler

Informasi yang di peroleh dari Dwi mahasiswi Jurusan Ekonomi syariah IAIN Metro mengatakan bahwa tidak sering membeli produk karena iming-iming hadiah di karenakan takut barang tidak sesuai ekspektasi. Menurut Dwi tampilan produk sangatlah mempengaruhi keputusan nya dalam membeli suatu produk bahkan ia juga mengatakan tidak terlalu sering membeli produk yang sedang *trend*. Iya tentu saja saya lebih sering membeli produk saat ada promo besar-besaran atau diskon dari toko *online* dan tentunya saya lebih mengutamakan fungsi serta mereknya. Nah saya juga sering kali merasa bahwa model iklan yang terkenal dan terpepuler itu bisa meningkatkan daya tarik untuk membeli suatu produk.¹⁸

¹⁸Wawancara dengan Dwi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, Tanggal 23 Oktober 2024

Septia mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan bahwa tidak sering membeli produk karena iming-iming hadiah di karenakan jarang yang mengadakan hadiah seperti beli satu produk gratis satu. Selain itu, Septia juga merasa bahwa model iklan yang terkenal dan terpepuler itu bisa meningkatkan daya tarik suatu produk. Adapun tampilan produk juga sangatlah mempengaruhi keputusan untuk berbelanja *online* di karenakan daya tarik dan desain yang di tampilkan sangat lah menarik dan pastinya bagus, tidak diragukan lagi. Bahkan ia lebih sering membeli produk yang sedang *trend*, serta lebih mengutamakan merek dari suatu produk, juga lebih sering membeli produk saat ada promo di tiktok shop dan *shopee*, seperti promo yang diadakan pada saat tanggal kembar.¹⁹

Informasi yang di katakan oleh Melda dan Ollivia keduanya adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro yang mengatakan sering merasa bahwa dengan model iklan yang terkenal dan terpepuler dapat meningkatkan daya tarik suatu produk, dan tidak tertarik untuk membeli produk yang sedang *trend*, bahkan tidak pernah membeli produk karena iming-iming hadiah alasan takut produk tidak sesuai dengan apa yang di harapkan. Menurut keduanya tampilan produk sangatlah mempengaruhinya dalam melakukan berbelanja secara *online*. Selain itu ketiganya mengatakan lebih sering membeli

¹⁹Wawancara dengan Septia Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, Tanggal 23 Oktober 2024

produk saat ada promo besar-besaran dari toko *online*, serta lebih mengutamakan fungsi dan merek dari suatu produk.²⁰

Menurut Predita, Ely dan Nanda Tiara Dewi sangat sering membeli produk karena iming-iming hadiah alasannya karena tadinya hanya membeli satu produk dan bisa mendapatkan dua produk dengan harga yang terjangkau, itu kesempatan yang tidak boleh terlewatkan. Lalu ketiganya juga mengatakan bahwa tampilan suatu produk sangat mempengaruhinya dalam hal berbelanja di toko *online*, dan sering membeli produk yang sedang *trend*. Dalam membeli produk, Predita, Ely dan Nanda Tiara Dewi juga sering berbelanja pada saat ada promo dan diskon dari toko *online*, dan membeli barang di dasarkan atas dasar kesenangannya, barangnya lucu, serta merek yang bagus. Bahkan ketiganya menganggap model iklan yang terkenal dan terpepuler itu bisa meningkatkan daya tarik suatu produk.²¹

Informasi yang hampir sama di katakan oleh Aurel, Ajeng, Amelda dan Rini mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan tampilan produk sangatlah mempengaruhi keputusannya dalam berbelanja khususnya dalam berbelanja di toko *online*, keempat mahasiswi ini juga sering melakukan pembelian produk karena iming-iming hadiah. Selain itu lebih cenderung untuk membeli produk yang sedang *trend* dan sangat sering membeli produk saat ada promo, atau

²⁰Wawancara dengan Melda dan Olliviya Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024.

²¹Wawancara dengan Predita, Ely dan Nanda Tiara Dewi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

diskon dari toko *online* dan yang mendorong untuk membeli produk diantaranya yaitu untuk membuatnya lebih percaya diri dan lebih mementingkan merek dari suatu produk.²²

Peneliti melakukan penelusuran lebih lanjut dengan melakukan wawancara dengan Nanda Aulia dan Vika keduanya mahsiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro sering melakukan pembelian produk karena iming-iming hadiah dan juga keduanya juga mengatakan untuk menarik pembeli maka tampilan produk sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan berbelanja secara *online*, dan keduanya sangat cenderung membeli produk yang sedang *trend*. Selain itu Nanda Aulia dan Vika juga lebih sering membeli produk saat ada promo dan diskon, serta keduanya melakukan pembelian yang di dasarkan karena merek serta produk tersebut menarik.²³

Nadia mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengatakan bahwa sering melakukan pembelian produk karena iming-iming hadiah alasannya karena harga yang lebih murah serta tampilan produk yang sangat mempengaruhi keputusan dalam berbelanja *online*. Nadia juga mengatakan bahwa lebih cenderung membeli produk yang sedang *trend* bahkan sering melakukan pembelian produk saat ada promo atau diskon dari toko *online*, dan lebih mengutamakan merek dan

²²Wawancara dengan Aurel, Ajeng, Amelda dan Rini Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

²³Wawancara dengan Nanda Aulia dan Vika Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

fungsi dari suatu barang tersebut. Menurutnya bahwa model iklan yang terkenal dan terpepuler itu bisa meningkatkan daya tarik suatu produk.²⁴

Devika, Siti dan Istikomah mengatakan bahwa sering membeli produk karena iming-iming hadiah serta menurut ketiganya tampilan suatu produk tidak menjamin dalam melakukan pembelian secara *online* dan tidak pernah membeli produk yang sedang *trend*. Ketiganya juga mengatakan lebih sering membeli produk karena ada promo dan diskon dari toko *online*, selain itu membeli produk hanya karena fungsinya, tidak pernah merasa bahwa model iklan yang terkenal dan terpepuler itu bisa meningkatkan daya tarik suatu produk.²⁵

Menurut Ellya salah satu mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan tidak pernah melakukan pembelian produk karena iming-iming hadiah dan juga tidak pernah melakukan pembelian produk yang sedang *trend*, tidak tertarik dengan tampilan produk yang hanya dengan desain gambar, tidak pernah membeli produk saat ada promo, tidak pernah merasa bahwa model iklan yang terkenal dan terpepuler bisa meningkatkan daya tarik suatu produk dan hanya membeli produk karena fungsinya.²⁶

²⁴Wawancara dengan Nadia Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

²⁵Wawancara dengan Devika, Siti dan Istikomah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 25 Oktober 2024

²⁶Wawancara dengan Ellya Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 25 Oktober 2024.

Berdasarkan wawancara di atas pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro bahwa rata-rata sering melakukan pembelian produk karena iming-iming hadiah, tampilan produk sangat mempengaruhi keputusan dalam berbelanja *online*, lebih sering cenderung membeli produk yang sedang *trend*, sering membeli produk saat ada promo dan diskon, bahkan dalam membeli suatu barang atas dasar keinginannya, fungsinya, mereknya, unik, dan untuk membuatnya lebih percaya diri. Serta mahasiswi beranggapan bahwa model iklan yang terkenal dan terpepuler itu bisa meningkatkan daya tarik suatu produk.

- c. Merek yang berbeda untuk produk yang sama, Pembelian produk terencana atau tidak terencana

Informasi yang dikatakan oleh Dwi mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah bahwa pertimbangan saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama yaitu kualitas, harga, dan rekomendasi dari teman sebaya. Dwi juga mengatakan bahwa keputusan membeli produk secara *online* sering terjadi secara spontan, dan tidak terencana. Selain itu, sering membeli barang yang sebenarnya tidak di butuhnya, dan yang di rasakan setelah berbelanja dari toko *online* itu sendiri adalah dengan adanya rasa puas, hilaf, dan terkadang kecewa klo barang tidak sesuai.²⁷

²⁷Wawancara dengan Dwi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

Menurut Septia, Melda dan Ollivia mengatakan bahwa keputusan dalam membeli produk secara *online* sering terjadi dengan secara tidak terencana, dan pertimbangan saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama yaitu rekomendasi dari teman sebaya, bahkan sering membeli produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Yang dirasakan setelah berbelanja dari toko *online* yaitu ketiganya merasa senang, dan hilaf dalam membeli barang²⁸

Predita, Ely dan Nanda Tiara Dewi mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan pertimbangan saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama di antaranya yaitu harga, kualitas, dan rekomendasi dari teman sebaya. Ketiganya mengatakan bahwa jarang membeli produk yang sebenarnya tidak di butuhkan. Keputusan dalam membeli produk secara *online* sering terjadi dengan secara terencana, serta yang di rasakan setelah membeli produk dari toko *online* yaitu merasa puas, dan senang.²⁹

Aurel, Ajeng, Amelda dan Rini keempatnya mengatakan bahwa keputusan membeli produk secara *online* sering terjadi secara tidak terencana, seperti ketika sedang membuka *shopee* atau *tiktok* shop kemudian melihat iklan atau produk yang ditawarkan lalu merasa tertarik, dan kemudian ingin membelinya. Keempatnya pada saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama di antaranya

²⁸Wawancara dengan Septia, Melda dan Ollivia Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

²⁹Wawancara dengan Predita, Ely dan Nanda Tiara Dewi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 23 Oktober 2024

yaitu mempertimbangkan harga, hal yang dirasakan setelah membeli produk dari toko *online* yaitu merasa sangat puas dan senang. Selain itu, lebih sering membeli produk yang sebenarnya tidak di butuhkan.³⁰

Informasi yang serupa dikatakan Nanda Aulia dan Vika keduanya adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan pembelian secara *online* sering terjadi secara tidak terencana, tanpa adanya perencanaan yang matang. Yang dirasakan pada saat setelah melakukan pembelian secara *online* yaitu merasa sangat senang barang sudah sampai dan sesuai dengan pesanan. Keduanya pada saat melakukan pembelian merek yang berbeda untuk produk yang sama di karenakan dengan adanya pertimbangan harga, kualitas dan rekomendasi dari teman sebaya.³¹

Menurut Nadia pembelian secara *online* sering terjadi dengan secara tidak terencana, serta pada saat melakukan pembelian merek yang berbeda untuk produk yang sama di karenakan pertimbangan harga dan rekomendasi dari teman sebaya. Selain itu pada saat setelah melakukan pembelian secara *online* yang dirasakan yaitu sangat senang dengan harga yang terjangkau bisa mendapatkan barang yang diinginkannya.³²

³⁰Wawancara dengan Aurel, Ajeng, Amelda dan Rini Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

³¹Wawancara dengan Nanda Aulia dan Vika Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

³²Wawancara dengan Nadia Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 24 Oktober 2024

Devika, Siti dan Istikomah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan bahwa sering membeli produk dari toko *online* dengan secara tidak terencana, pada saat melakukan pembelian merek yang berbeda untuk produk yang sama di karenakan pertimbangan rekomendasi dari teman sebaya. Yang dirasakan setelah membeli produk dari toko *online* yaitu sangat puas.³³

Ellya juga adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro mengatakan bahwa pertimbangan saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama yaitu harga, dan rekomendasi dari teman sebaya. Elya juga mengatakan bahwa keputusan membeli produk secara *online* sering terjadi secara terencana. Selain itu, tidak pernah membeli barang yang sebenarnya tidak di butuhnya, dan yang dirasakan setelah membeli produk dari toko *online* yaitu pengen barang yang dipesen segera sampai, puas dan senang.³⁴

Bedasarkan dari hasil wawancara di atas, diketahui bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro yang ditandai dengan pola pembelian secara spontan, tidak terencana dan keinginan memiliki produk yang kuat, sehingga kurang mempertimbangkan akibat di kemudian hari. Pada saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama rata-rata mahasiswi mempertimbangkan kualitas, harga, dan rekomendasi dari teman

³³Wawancara dengan Devika, Siti dan Istikomah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 25 Oktober 2024

³⁴Wawancara dengan Ellya Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Tanggal 25 Oktober 2024

sebayu, serta sering terjadinya pembelian barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Dan yang di rasakan setelah berbelanja dari toko *online* itu sendiri adalah dengan adanya rasa puas, hilaf, senang dan kecewa.

2. Dampak Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja *Online*

a. Ketidak seimbangan keuangan atau pemborosan

Gaya hidup mahasiswi yang melakukan belanja secara *online* sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, karena gaya hidup bisa mempengaruhi cara bergaul, berpenampilan, serta mengenakan *fashion* yang bermerek dengan mengikuti perkembangan zaman yang sangat cepat di era 4.0 dan mereka memiliki standar hidup yang tinggi.³⁵

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, Perilaku konsumtif ini dapat berdampak pada keseimbangan keuangan dimana belanja *online* telah membawa dampak yang signifikan di kalangan mahasiswi. Kemudahan dalam mengakses, terdapat adanya penawaran diskon, keinginan membeli yang tidak terencana menjadi faktor adanya dampak ketidak keseimbangan keuangan mahasiswi.

b. Perubahan gaya hidup

Kemudahan dan nyaman yang dirasakan mahasiswi dalam berlanja *online* menyebabkan *online shop* menjadi sangat digemari

³⁵Y. Sri Pujiastuti, T. Haryo tamtomo Dan N. Suparno, *IPS Terpadu.*,16-17.

dikalangan mahasiswi.³⁶ Berdasarkan temuan di lapangan dari hasil wawancara dengan beberapa mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro sangatlah senang melakukan belanja secara *online*, kemunculan dalam belanja secara *online* ini memberikan perubahan gaya hidup pada mahasiswi. Perubahan gaya hidup mahasiswi ini yang bersifat konsumtif dimana pada awalnya mahasiswi hanya berbelanja sesuai dengan kebutuhannya, sekarang mahasiswi berbelanja karena tergiur dan ingin mencoba sesuatu yang baru yang disukainya. Dengan adanya *online shop* mahasiswi sulit untuk mengendalikan keinginan mereka untuk terus berbelanja.

c. Masalah finansial

Penggunaan dalam belanja secara *online* dari beberapa temuan dilapangan pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah telah banyak memanfaatkan media atau aplikasi belanja secara *online* dengan mempergunakan beberapa fitur salah satunya yang memudahkan mahasiswi dalam melakukan pembelian tanpa harus membayar terlebih dahulu dengan opsi membayar nanti dalam jangka waktu tertentu tanpa bunga dan tanpa kredit. Hal ini yang bisa makin mempermudah mahasiswi dalam bertransaksi dan mengubah perilaku belanja yang menimbulkan adanya dampak terhadap perilaku konsumtif. Kecendrungan untuk membeli barang malah melebihi kebutuhan yang di dorong oleh keinginan akan barang-barang. Maka

³⁶Wawancara kepada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Metro

dalam hal ini akan berdampak pada masalah finansial seperti adanya hutang berlebihan karena tidak terkontrolnya keinginan dalam belanja secara *online*.

C. Analisis Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja Online Perspektif Ekonomi Islam

Dari pembahasan dampak perilaku konsumtif diatas maka dapat di analisis bahwa dalam konteks pandangan islam dampak yang muncul pada mahasiswi dalam berbelanja secara *online* merupakan perilaku konsumtif yang bertentangan dengan ajaran Islam yaitu dengan adanya pemborosan, masalah finansial maupun perubahan gaya hidup. Ketidak sesuaian tersebut merujuk pada pengeluaran yang berlebihan tanpa pertimbangan hal yang bijak hanya memenuhi hawa nafsu sesaat. hawa nafsu yang muncul akibat ketakutan ketinggalan *trendy* yang berdampak pada perubahan gaya hidup.

Ketiga Dampak perilaku konsumtif dalam belanja *online* yaitu:

1. ketidakseimbangan keuangan atau pemborosan
2. perubahan gaya hidup
3. dan masalah finansial

apabila dianalisis ke dalam konteks pandangan islam termasuk ke dalam *Israf* (Pemborosan), *Bakhil* (Kikir), Mubazir dan sebagainya. *Israf* yang artinya melampaui batas atau berlebihan. Perilaku boros dalam membelanjakan harta untuk kepentingan selain ketaatan kepada Allah Swt, itu sangat dilarang agama. Dalam islam *israf* bisa diartikan yaitu pengeluaran yang berlebihan di luar kebutuhan dan dianggap sebagai sifat tercela *Israf*

adalah tindakan yang tidak diridhai oleh Allah SWT dan siapa pun yang melakukannya akan merugikan diri sendiri. Secara umum, *israf* berakar dari kesombongan dan kelemahan diri yang kemudian menimbulkan sifat buruk di antara lain seperti *ujub*, *hasad*, dan keras kepala yang semuanya sangat dibenci oleh Allah SWT. Sedangkan *bakhil* atau pelit adalah sifat yang tercela yang di timbulkan dari rasa egoisme yang keterlaluan. Orang yang berkarakter demikian mempunyai hati yang keras, tidak mempunyai rasa belas kasihan dan tidak berperikemanusiaan. Karena itu dalam kajian taswuf, *bakhil* di nilai sebagai penyakit hati yang harus di lenyapkan. Sebab, Islam sangat menekankan hidup sederhana dan tolong-menolong serta berbagi di antara sesamanya, serta mempersempit jurang kesenjangan ekonomi dan sosial.

Oleh karena itu, sifat *israf*(Pemborosan), dan *Bakhil* (Kikir atau Pelit), harus di jauhi agar dapat membangun kepribadian yang lebih selaras dengan akhlak kehidupan seorang Muslim yang sejati. Dalam era digital ini, mahasiswi dihadapkan dengan berbagai godaan berbelanja secara praktis, terutama melalui platform *online Shop*. Hawa nafsu tersebut seringkali meningkat akibat adanya pengaruh promosi yang menarik, diskon, dan hawa nafsu sesaat. Hakikat *israf* ialah pembelanjaan harta yang menyimpang dari kepentingan taat kepada Allah. Berlebihan baik membeli makanan yang halal adalah *israf*, dan juga berlebihan dalam membeli makanan yang dikonsumsi bukan untuk ketaatan kepada Allah.³⁷ Dapat disimpulkan bahwa *israf*

³⁷Toto Edidarmo, dan Mulyani, *Pendidikan Agama Islam Akidah Akhlak. Kelas XI*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 2014), h.142

berkaitan dengan pemborosan harta, berlebihan dalam makanan, atau belanja konsumtif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Perilaku konsumtif mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metrodi tandai dengan adanya sudah terbiasa melakukan pembelian secara *online* melalui *e-commerce*, terutama di Tiktok Shop dan *Shopee*. bahkan rata-rata pembelian dalam setiap bulannya yaitu bisa dua, tiga dan empat kali dalam melakukan pembelian. Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah lebih suka membeli barang yang sedang *trend* atau dikarnakan sedang ada promo, dari pada yang benar-benar mereka butuhkan. Barang yang sering di beli biasanya seperti *skincare*, *make-up*, hijab, baju dan tas. Selain itu mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah juga lebih cenderung melakukan pembelian impulsif atau pembelian spontan, tidak terencana, bahkan yang di rasakan setelah berbelanja dari toko *online* yaitu hilaf, puas, senang dan kecewa.
2. Dampak perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro dalam konteks pandangan islam dampak yang muncul pada mahasiswi dalam berbelanja secara *online* merupakan perilaku konsumtif yang bertentangan dengan ajaran Islam yaitu dengan adanya pemborosan, masalah finansial maupun perubahan gaya hidup. Dalam pandangan islam termasuk ke dalam *Israf* (Pemborosan), kikir (*Bakhil*), Mubazir dan sebagainya. Sifat *Israf* (Pemborosan), kikir (*Bakhil*), Mubazir dan

sebagainya adalah sifat tercelatindakan yang tidak diridhai oleh Allah SWT dan siapa pun yang melakukannya akan merugikan diri sendiri. Islam sangat menekankan prinsip sederhana dan tolong-menolong serta berbagi di antara sesamanya, serta mempersempit jurang kesenjangan ekonomi dan sosial. Oleh karena itu, sifat *israf* (Pemborosan), dan *Bakhil* (Kikir atau Pelit), harus di jauhi agar dapat membangun kepribadian yang lebih selaras dengan akhlak kehidupan seorang Muslim yang sejati.

B. Saran

1. Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro hendaknya menghindari godaan promosi yang diselenggarakan oleh toko *online* dan lebih mengutamakan kebutuhan, manfaat dari suatu barang, dan menghindari dalam membeli produk hanya di dasarkan pada keinginan saja.
2. Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro hendaknya untuk memperdalam pemahaman tentang nilai-nilai ekonomi islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Ansori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah", *islamicomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam* 7.1 (2026).
- Abdul Ghofur, *Falsafat Ekonomi Syariah*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020.
- Ade Fadillah FW Pospos, Meliana Feteri dan Abdul Hamid, "Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja *Online* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Bintang Manajemen IAIN Langsa*, Vol 1, no.1, (2023).
- Ade Minanda, Suharty Roslan dan Dewi Anggraini, "Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari", *Jurnal Neo Societal*, Vol 3, no.2, (2018).
- Adiputra Rian, dan Clara Moningga, "Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal", *Psibernetika* 5.2 (2017).
- Afika Afika, Olivia Devi Yulian P dan Isak Pasulu, "Pengaruh Online Shopee terhadap Minat Beli Barang Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja", *Jurnal: Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* 2.1 (2023).
- Akhmad Tajudin, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Berbelanja *Online* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon TA 2019-2020)" *IAIN Syekh Nurjati Cirebon* 2022.
- Ali Ridlo, "Zakat Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Al-adl* 7.1 (2014).
- Alma, Wahyuddin, Perilaku Konsumtif Perspektif Ekonomi Islam di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 4 Issue 2, Desember (2022).
- Ana Fauziah, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho dan Edy Suryawardana, "Kepuasan Pelanggan Belanja *Online*", *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 19.2.(2021).
- Aulia Huwaidah, C.A Astuti Darmiyanti dan Wd. D. Saprialman, "Penerapan dan Pengembangan Kode Etik Tenaga Kependidikan di SMP Islam Tarbiyyatul Falah", *Jurnal : Ilmiah Wahana Pendidikan* 9.3 (2023).
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara,2010),

- Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, "Perilaku Belanja *Online* DiIndonesia: Studi Kasus", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 9.2(2018).
- Della Anggraini Fatmawati Dkk, "Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Dampak Adanya *Online shop* di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2021", *Jurnal Para Digma*, Vol.3 no.1 (2022):1-2.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (PT. Sygma Examedia Arkanleema: Bandung, 2007,).
- Dokumentasi Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Angkatan 2023 Diperoleh dari Akademik FEBI IAIN Metro.
- Duwi Diana, "Hubungan *body image* Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri", *Psikoborneo* Vol 7, no 3 (2019).
- Evianah, Dwi Indah Mustikorini dan Kharis Marpudianto, "Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam", *Jurnal: Ilmiah Ekonomi Islam*10. 1 (2024).
- Ferawaty Sandi, "Dampak Pembelian *Online* di *Shopee* Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan *Shopaholic* di Kota Palopo" *Universitas Muhammadiyah Palopo* 2022.
- Hasfie Fauzan, dan M. Fikri Almajid Munthe, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam". *BISMA : Business and Management* 1.1 (2023).
- Herman dan Laode Anhusadar, "Pendidikan Islam Anak Suku Bajo: Penelitian Lapangan pada Suku Bajo", *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6.4 (2022).
- <http://febi.metrouniv.ac.id> Diakses Pada Tanggal 22 Oktober 2024
- <https://data.metrouniv.ac.id/pages/mahasiswa.php> diakses pada 14 oktober 2024.
- Husaini Usman, Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003).
- Ika Yunia Fauziah dan Abdul Kadir Riadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-syariah*, cet.ke-1 (Jakarta: Rawamangun,2014).
- Indah Perwitasari, Emi Sri Purwani dan Melyin Azizah, "Kepuasan Mahasiswa Dalam Belanja *Online* Melalui Aplikasi *Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017-2020 Universitas Muhammadiyah Lampung)", *INTERCODE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.2 (2022).

- Ismi Khoiriah Hasibuan, Isnaini Harahap dan Juliana Nusation, “ Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Etika Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU)”, *Jurnal Manajmen Akuntansi (JUMSI)*, Vol 3, no. 3, (2023).
- M. Abas, Dkk, *Hukum ekonomi syariah*, cet. ke-1 (Kota jambi: Kenali jaya,2023).
- Mahdi, Dkk, *Ekonomi Konvensional VS Ekonomi Islam*, cet. Ke-1 (Jawa Barat: Indramayu, 2024).
- Mardiah, dan Ainun, “Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri dikota Pekan Baru”, *Jurnal Al-iqtishad* 13.2 (2017).
- Mohamad Rivai Olli, Maria Heny Pratiknjo dan Jenny Nelly Matheosz, “Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado”, *Jurnal Holistik*, 13.4 (2020).
- Mustomi, Dede, dan Aprilia puspa sari, “Tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, *CERMIN: Jurnal Penelitian* 4.1(2020).
- Noor, Juliansyah, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011).
- Putri Nur Aini dan Sri Rahayuningsih, “Pengaruh literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”, *NERACA: Jurnal Ekonomi, Manjmen dan Akuntansi* 2.2 (2024).
- Rima Azam, “Perilaku Konsumtif Mahasiswi Terhadap *trenng fashion* Masa Kini Menurut Ekonomi Islam (Studi Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-221)” *UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu*2023.
- S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).
- Sandu Siyoto Dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).
- Toto Edidarmo, dan Mulyani, *Pendidikan Agama Islam Akidah Akhlak. Kelas XI*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 2014).
- Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking, look cit.*

Y. Sri Pujiastuti, T. Haryo tamtomo Dan N. Suparno, *IPS Terpadu Untuk SMP Dan MTS kelas VII Semester 2*, Jilid 1B (2006).

Zelin dinda pratiwi Dkk, *Ekonomi dan Bisnis Percikan Pemikiran Mahasiswa Syariah IAIN Ponorogo*, Jilid 1 (Jawa Tengah: Pekalongan, 2022).

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2799/In.28.1/J/TL.00/10/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Rina El Maza (Pembimbing 1)
Rina El Maza (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **SUSANA DEWI**
NPM : 2103012036
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syaria`ah
Judul : **DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Oktober 2024

Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana

NIP 198906022020121011

OUTLINE

DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
HALAMAN ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
HALAMAN KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Perilaku Konsumtif
 1. Pengertian Perilaku Konsumtif
 2. Indikator Perilaku Konsumtif
 3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif
 4. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif
 5. Dampak Perilaku Konsumtif
- B. Belanja *Online*
 1. Pengertian Belanja *Online*
 2. Manfaat Belanja *Online*
 3. Kelebihan dan Kekurangan Belanja *Online*
 4. Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Belanja *Online*
- C. Ekonomi Islam
 1. Pengertian Ekonomi Islam
 2. Sumber Hukum Ekonomi Islam
 3. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam
 4. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam
 5. Perilaku Konsumtif dalam Ekonomi Islam
 6. Dampak Perilaku Konsumtif Menurut Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

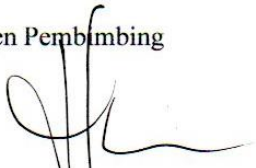
- A. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro
 1. Sejarah dan Perkembangan Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro
 2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro
 3. Keadaan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro
 4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
- B. Perilaku Konsumtif dan Dampaknya Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja *Online*
 1. Perilaku
 2. Dampak
- C. Analisis

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Metro, 25 Oktober 2024
Mahasiswa Ybs



Susana Dewi
NPM. 2103012036

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Identitas responden

Nama :

Npm :

Prodi :

Kelas :

B. Wawancara dengan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2023

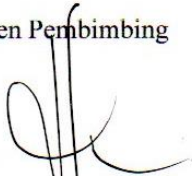
1. Berapa uang saku perbulan?
2. Berapa kali anda berbelanja online serta berapa uang saku dalam belanja online perbulannya?
3. Apakah anda sering melakukan belanja secara online?
4. Produk apa yang paling sering di beli saat belanja online?
5. Apa alasan anda memilih belanja online?
6. Aplikasi apa yang paling sering digunakan dalam belanja online?
7. Kemudahan apa yang anda peroleh dalam berbelanja online?
8. Seberapa sering anda membeli produk karena iming-iming hadiah?
9. Apakah tampilan produk mempengaruhi keputusan anda dalam berbelanja online?
10. Apakah anda lebih cenderung membeli produk yang sedang tren?
11. Apakah anda lebih sering membeli produk saat ada promo besar-besaran atau diskon dari toko online?
12. Apa yang mendorong anda untuk membeli barang-barang tertentu? Apakah karena fungsinya, mereknya, atau faktor lainnya?
13. Apakah anda merasa bahwa model iklan yang terkenal atau populer dapat meningkatkan daya tarik suatu produk?

14. Faktor apa saja yang paling anda pertimbangkan saat memilih merek yang berbeda untuk produk yang sama? Misalnya harga, kualitas, desain, rekomendasi dari teman sebaya.
15. Pada saat anda melakukan pembelian secara online apakah ada dorongan terencana atau tidak terencana?
16. Seberapa sering anda membeli barang yang sebenarnya tidak anda butuhkan?
17. Apa yang anda rasakan setelah membeli produk dari toko online?

C. Dokumentasi

1. Buku-buku dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian
2. Dokumentasi tentang jumlah mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2023 IAIN Metro
3. Dokumentasi Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
4. Dokumentasi Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Dosen Pembimbing



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Metro, 25 Oktober 2024
Mahasiswa Ybs



Susana Dewi
NPM. 2103012036



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2569/In.28/J/TL.01/10/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Bapak/Ibu DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **SUSANA DEWI**
NPM : 2103012036
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah
Judul : PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA
ONLINE DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

untuk melakukan prasurvey di FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 01 Oktober 2024
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-2664/In.28.3/D.1/TL.00/10/2024

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Swastika, M.IF.,Ph.D
NIP : 198610302018012001
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa:

Nama : Susana Dewi
NPM : 2103012036
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro
Terhadap Belanja Online di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

Telah melaksanakan *Prasurvey* di Program Studi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro dari tanggal 4 Juli 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Metro, 11 Oktober 2024
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan FEBI

Putri Swastika



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2873/In.28/D.1/TL.00/10/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2874/In.28/D.1/TL.01/10/2024,
tanggal 29 Oktober 2024 atas nama saudara:

Nama : **SUSANA DEWI**
NPM : 2103012036
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan
research/survey di FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, dalam rangka
meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul
"DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO
TERHADAP BELANJA ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya
tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Oktober 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-3053In.28.3/D.1/TL.00/11/2024

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuyun Yunarti, M.Si.
NIP : 197709302005012006
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa:

Nama : Susana Dewi
NPM : 2103012036
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro
Terhadap Belanja Online Perspektif Ekonomi Islam.

Telah melaksanakan *Research* di Program Studi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro dari tanggal 23 Oktober 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Metro, 20 November 2024
PLT. Wakil Dekan Bidang
Akademik dan Kelembagaan
FEBI

Yuyun Yunarti





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2874/In.28/D.1/TL.01/10/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SUSANA DEWI**
NPM : 2103012036
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH IAIN METRO TERHADAP BELANJA ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 29 Oktober 2024



Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1202/ln.28/S/U.1/OT.01/12/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SUSANA DEWI
NPM : 2103012036
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103012036

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Desember 2024
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Susana Dewi
NPM : 2103012036
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro Terhadap Belanja Online Perspektif Ekonomi Islam** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 06 Januari 2025
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011






**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susana Dewi
NPM : 2103012036

Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI
Semester / T A : VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/11 2024	Revisian : - Harus Mengetahui berapa uang yang keluar/ uang yang habis di setiap bulannya untuk berbelanja online. - Apa yang dirasakan setelah membeli di toko online.	
	21/11 2024	- Di bagian analisisnya Di bagian dampak Perilaku Konsumtif dikasih Penomoran. - Bab V, nya diringkas lagi.	
	22/11 2024	Ada bab U - V dpt dimasukkan syh K	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Susana Dewi
NPM. 2103012036



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susana Dewi Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI
NPM : 2103012036 Semester / T A : VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 21/10/2024	Bimbingan Skripsi dan APD. Revisian skripsi tambahkan dan dampaknya Di bab IV dan No 1 dan no 2 Dampak serta Privasi dibagian Poin B. Revisian APD faktor-faktor yang ada di bab II dijadikan keseluruhan semua, serta aspek-aspeknya.	
	Jumat 25/10/2024	Acc APD dan onfile	jd

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Susana Dewi
NPM. 2103012036



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susana Dewi
NPM : 2103012036

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy
Semester/TA : VII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 26-9-2024	Bimbingan Bab III - Teknik wawancara menggunakan metode teknik wawancara apa? dan ditambahkan siapa saja yang diwawancarai. - Revisi Sumber Data Primer Sampel nya kurang. Data harus sesuai sama kuesioner. - Nama yang diwawancarai harus ada. - Metode berfikir nya menggunakan metode apa?	
	Jum'at 27/9 2024.	Acc bab I - III	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Susana Dewi
NPM. 2103012036



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp: (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama: Susana Dewi

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESy

NPM : 2103012036

Semester : VI

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	7 Juni 2024 Hari : Jum'at.	1. Peninjauan sk Judul Skripsi 2. bimbingan outline proposal skripsi	
2.	Jum'at 14 / Juni 2024	1. Bimbingan outline 2. Judulnya direvisi diganti dampak	
3.	Kamis 20 / Juni 2024.	Ati bab outline	
4.	Kamis 11 / Juli 2024	1. Bimbingan Bab 1, dan kata Ibu lanjut bab 2	
5.			

Dosen Pembimbing ,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Susana Dewi
NPM. 2103012036

FOTO DOKUMENTASI







RIWAYAT HIDUP



Susana Dewi lahir pada tanggal 5 April 2001 di Tampang muda. Peneliti adalah anak ke empat dari enam bersaudara yang lahir dari keluarga yang penuh kasih sayang dan dukungan. Perjalanan pendidikan peneliti dimulai dari:

1. SD Negri 1 Tampang Muda
2. SMP Negri 2 Pematang Sawa
3. SMA Negri 1 Pematang Sawa

Pada tahun 2021, peneliti meneruskan pendidikan nya ke jenjang perguruan tinggi melalui jalur MANDIRI di IAIN Metro. Peneliti berhasil di terima dan memilih jurusan Ekonomi Syariah. Ditengah perjalanan kuliahnya peneliti memiliki cita-cita besar untuk menyelesaikan pendidikan kuliahnya.dengan predikat yang memuaskan,tepat waktu,dan yang pasti membuat orangtua sangat bangga. Peneliti yakin bahwa pendidikan adalah kunci untuk meraih impian dan kesuksesan. Dengan tekad dan semangat peneliti berkomitmen untuk terus belajar dan tumbuh membuktikan bahwa setiap langkah yang diambil dalam pendidikan memiliki arti dan bekal yang akan membuahkan hasil dikemudian hari.