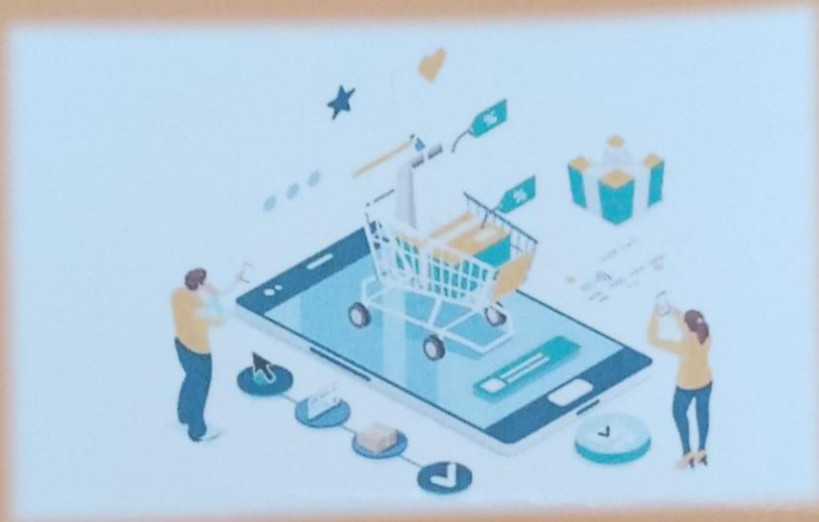




Novi Winda Sari
Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
Andi Harpepen, M.Kom

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu



**POLA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI FATMOWATI SUKARNO BENGKULU AKIBAT PENGGUNAAN
ONLINE SHOP DITINJAU DARI ETIKA KONSUMSI ISLAM**

**ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
AKIBAT PENGGUNAAN ONLINE SHOP DITINJAU
DARI ETIKA KONSUMSI ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH:

NOVI WINDA SARI
NIM 1811130015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
(UINFAS) BENGKULU
BENGKULU, 2021M/1443H**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang ditulis oleh Novi Winda Sari, NIM 181130015 dengan judul **“Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”** Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqosyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

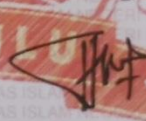
Bengkulu, _____ 2022 M
1443 H

Pembimbing I



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014

Pembimbing II



Andi Harpepen, M.Kom
NIDN. 2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51171, 51172.
Fax. (0736) 51171 Website: www.umfatsukarno.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan berjudul “Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”, ditulis oleh Novi Winda Sari, NIM 1811130015, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Jumat

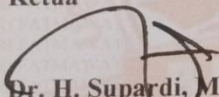
Tanggal : 03 Juni 2022 M/ 03 Zulkaidah 1443 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

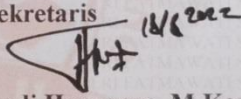
Bengkulu, 2022 M
1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

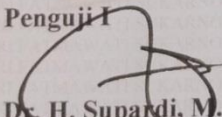
Ketua


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007

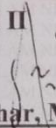
Sekretaris


Andi Harpepen, M.Kom
NIDN. 2014128401

Penguji I

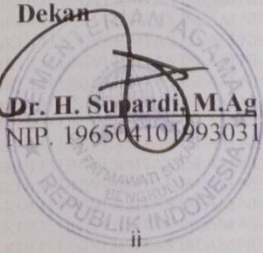

Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007

Penguji II


Aan Shar, M.M.
NIP. 198908062019031008

Mengetahui,
Dekan


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007



MOTTO

Dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah
menyukai
orang-orang yang berbuat baik
(QS. Al-Baqarah:195)

Berpikirlah positif, tidak peduli seberapa keras
kehidupanmu
(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk orang-orang yang aku sayangi:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta doa untuk ku.
2. Kakak laki-laki dan kakak perempuanku tercinta yang telah membuat hari-hariku penuh warna.
3. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan nasehat-nasehat untukku.
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang menjadi tempat berbagi cerita suka dan duka.
5. Almamater UINFAS yang aku banggakan.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan

1. Skripsi dengan judul “Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun kampus lainnya.
2. Skripsi ini murni ide, gagasan, dan pemikiran saya sendiri yang dibantu oleh arahan tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan menyebutkan nama pengarangnya pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.

Bengkulu,

Mahasiswa yang menyatakan



Novi Winda Sari
NIM 1811130015

ABSTRAK

Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri
Fatmawati Sukarno Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop
Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam
Oleh Novi Winda Sari, NIM 181130015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu akibat penggunaan online shop dan apakah perilaku konsumsi mahasiswa sesuai etika konsumsi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu berupa penjabaran atau gambaran dalam bentuk tulisan yang dideskripsikan berdasarkan hasil penelitian. Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tercermin dari perilaku pembelian karena adanya diskon yang ditawarkan, pembelian karena adanya gratis ongkir, pembelian dilakukan bertujuan untuk menjaga penampilan, dan pembelian dilakukan karena rasa penasaran. Perilaku konsumsi mahasiswa tidak sesuai dengan etika konsumsi Islam dimana mahasiswa melakukan konsumsi karena keinginan semata dan konsumsi dilakukan secara boros bahkan mubazir

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Online Shop, Boros

ABSTRACT

Patterns of Consumptive Behavior of Students of Fatmawati State Islamic University Sukarno Bengkulu Due to the Use of Online Shops Reviewed from the Ethics of Islamic Consumption
by Novi Winda Sari, NIM 181130015

This study aims to find out how the consumptive behavior of students of Fatmawati State Islamic University Sukarno Bengkulu due to the use of online shops and whether student consumption behavior is in accordance with Islamic consumption ethics. This research uses a qualitative method in the form of elaboration or description in the form of writing that is described based on the results of the research. The findings of the study showed that the consumptive behavior of students is reflected in the purchasing behavior due to the discounts offered, purchases due to free shipping, purchases made aimed at maintaining appearance, and purchases are made out of curiosity. Student consumption behavior is not in accordance with Islamic consumption ethics because students consume it out of desire and consumption is carried out extravagantly and even redundantly

Keywords: Consumption Behavior, Online Shop, Wasteful

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”**. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam, sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mengungkap masalah perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. KH. Zulkarnain, M.Pd selaku Rektor UINFAS Bengkulu
2. Bapak Dr. H. Supardi, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu
3. Ibu Yenti Sumarni,SE.,M.M selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu
4. Bapak Aan Shar, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu

5. Ibu Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir I yang telah memberikan bimbingan, Motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Bapak Andi Harpepen, M. Kom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir II yang juga telah memberikan bimbingan, Motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Kedua orang tua, dan keluarga besar saya yang senantiasa memberikan doa dan dukungannya.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih bannyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian selanjutnya.

Bengkulu, 14 Desember 2021 M

10 Dzulhijah 1443 H

Penulis,

Novi Winda Sari

NIM 1811130015

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Metode Penelitian	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	11
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	12
3. Informan Penelitian	12
4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	13
5. Sumber Data	15
6. Teknik Pengumpulan Data	16
7. Teknik Analisis Data	16
G. Sistematika Penulisan	18

BAB II KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif	20
1. Definisi Perilaku Konsumtif	20
2. Indikator Perilaku Konsumtif	22
3. Jenis-Jenis Perilaku Konsumtif.....	24
4. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif.....	25
5. Unsur-Unsur yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	29
B. Online Shop	30
1. Definisi Online Shop	30
2. Jenis-Jenis Toko Online di Indonesia	31
3. Faktor-Faktor Pembelian Online	33
4. Unsur-Unsur Pembelian Online.....	35
5. Keuntungan Belanja Online.....	36
6. Kerugian Belanja Online	38
C. Konsumsi dalam Islam	39
1. Definisi Konsumsi dalam Islam.....	39
2. Dasar Hukum Konsumsi	40
3. Ciri-Ciri Konsumsi Islam	42
4. Prinsip-Prinsip Konsumsi	43
5. Tujuan Konsumsi dalam Islam	44

BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat UINFAS Bengkulu	46
B. Visi dan Misi UINFAS Bengkulu.....	47
C. Demografis UINFAS Bengkulu	48

BAB IV PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian..... 49

B. Pembahasan 59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 63

B. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA..... 65

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi berkembang sangat pesat dimana peran teknologi dan informasi menempati posisi yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat dalam melakukan kegiatan ataupun aktifitas mereka. Berdasarkan data yang dibuat oleh badan pusat statistik pada tahun 2020 dimana persentase pengguna *e-commerce* dari 34 provinsi di Indonesia adalah sebesar 90,18% sedangkan di provinsi Bengkulu sendiri yaitu sebesar 87,84%, dan persentase ini mengalami peningkatan setiap tahunnya.¹ Salah satu kegiatan yang sering dilakukan masyarakat adalah belanja online atau online shop.

Online shop pada dasarnya merupakan kegiatan jual beli yang sama seperti pada pasar tradisional maupun modern, hanya saja pada online shop ini kita memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi.² Pada saat ini aplikasi belanja online sangat disukai oleh masyarakat³ dan termasuk juga para mahasiswa dimana para mahasiswa cenderung lebih menyukai

¹Badan Pusat Statistik *e-commerce* 2020

²Diana Ariswanti Triningtyas, Tita Maela Margawati, "Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap *Online Shopping* pada Remaja", *Jurnal Kependidikan*, (Vol. 5 No. 1 2019), 17

³Eva Melita Fitria, "Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda", *Ejournal Ilmu Komunikasi*, (Vol. 3 No. 1 2015), 118

belanja online dari pada belanja offline karena dinilai lebih mudah, dan hal ini menyebabkan adanya perilaku konsumtif dari mahasiswa itu sendiri.

Perilaku konsumtif ini akan berdampak pada perubahan pola perilaku belanja mahasiswa sebelum mengenal online shop dan sesudah mengenal online shop.⁴ Dalam ilmu konvensional, konsumen dikatakan akan membeli barang atau jasa untuk memenuhi tingkat kepuasan sedangkan perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam tidak hanya untuk memperoleh kepuasan tetapi juga untuk mencapai *mashlahah* dan untuk mendapatkan berkah dari barang dan jasa tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-a'raf ayat 31 yaitu:

﴿يَبْنَىِٔ ءَاۤءِمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْۙ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍۙ وَكُلُوْا

وَأَشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْاۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَۗ﴾

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*⁵

Dengan berbagai kemudahan yang diberikan pada belanja online ini menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif, hal ini tidak lepas dari berbagai kelebihan dan manfaat yang

⁴Noor Fatmawati, "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop", *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* , (Vol. 29 No. 1 2020), 30

⁵QS. Al-a'raf (7): 31

ditawarkan pada aplikasi belanja online itu sendiri⁶ dimana melalui aplikasi belanja online ini mahasiswa dapat melihat dan mencari berbagai macam produk yang diperjualbelikan sehingga menimbulkan adanya perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop tersebut.

Perilaku konsumtif merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan konsumsi tanpa henti agar mencapai kepuasan hasrat mereka, dan hal ini menjadi kebiasaan yang dilakukan terus-menerus dalam waktu yang lama.⁷ Sehingga perilaku konsumtif ini mengakibatkan terjadinya pola belanja yang cenderung lebih boros.

Terdapat beberapa alasan mengapa mahasiswa lebih menyukai belanja menggunakan online shop. Salah satunya yaitu untuk mengikuti perkembangan zaman dan menjaga penampilan mereka agar terlihat keren dimata orang-orang, selain itu kegiatan belanja ini dilakukan hanya sebagai pemuas keinginan mereka karena adanya pengaruh *trend* dan mode

⁶Isnawati, "Online Shop (Studi Kasus Budaya Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019), 4

⁷Puspita Nilawati Sipunga, Amri Hana Muhammad, "Kecenderungan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Pendapat Orang Tua pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian Semarang", *JSIP*, (Vol.3 No.1 2014), 63

dimasyarakat.⁸ Dimana terkadang barang-barang yang mereka beli bukan barang-barang yang mereka perlukan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang diperoleh dilapang bahwa kegiatan konsumsi melalui online shop merupakan suatu fenomena nyata yang terjadi di kalangan mahasiswa, dimana mahasiswa yang sudah mendapatkan keuntungan dari belanja online seperti kenyamanan, efisiensi waktu dan tenaga, serta kemudahan mendapatkan barang yang diinginkan akan merasa kecanduaan untuk terus menggunakan aplikasi belanja online ini.

Belanja online dinilai lebih cepat dan praktis untuk mendapatkan barang-barang yang diinginkan seperti baju, tas, sepatu, jilbab, kosmetik, dan lain sebagainya. karena kepraktisan belanja online tersebut mengakibatkan mahasiswa sulit mengontrol diri dan menjadi kecanduan dalam belanja online sehingga hal ini menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif.

Dalam penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa didasarkan kerena adanya diskon, belanja untuk mengikuti *trend fashion*, belanja untuk menjaga penampilan diri, dan belanja karena pengaruh

⁸Puspita Nilawati Sipunga, Amri Hana Muhammad, "Kecenderungan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Pendapat Orang Tua pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian Semarang", *JSIP*, (Vol.3 No.1 2014), 63

iklan.⁹ Kegiatan berbelanja melalui online shop memang sangat mudah dan praktis, oleh sebab itu mahasiswa yang selalu mengikuti perkembangan zaman dan *trend* dimasyarakat cenderung ingin selalu tampil modis dan gaul didepan teman-teman mereka. Sehingga ini adalah masalah sebenarnya, bahwa penggunaan online shop memiliki dampak pada perilaku belanja mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu. Oleh karena itu penulis terdorong melakukan penelitian dengan judul **“Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop?
2. Apakah perilaku konsumsi mahasiswa sesuai dengan etika konsumsi Islam?

⁹Ade Minanda, dkk, “Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari”, *Neo Societal*, (Vol.3 No.2 2018), 433

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop.
2. Untuk mengetahui apakah konsumsi mahasiswa sesuai dengan etika konsumsi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya dalam pola perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop ditinjau dari etika konsumsi Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasi penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti terkait pola konsumsi mahasiswa dalam penggunaan online shop berdasarkan dengan etika konsumsi Islam.

- b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa pengguna aplikasi belanja online agar lebih bijak dalam melakukan kegiatan belanja sehingga tidak boros dan membeli barang yang tidak diperlukan.

E. Penelitian Terdahulu

1. Aulia Lailatul Rachmawati, judul penelitian “*Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Tidar)*” metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil temuan dari penelitian ini yaitu dengan banyaknya bisnis online maka akan mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa dimana kaum muda masih memiliki keinginan yang berlebihan untuk membeli barang-barang online yang sebenarnya masih belum menjadi prioritas utama.¹⁰
2. Noor Fatmawati, judul penelitian “*Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*” metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa online shop telah merubah gaya hidup konsumtif mahasiswa dari segi penampilan serta cara bergaul.¹¹
3. Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, judul penelitian “*Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus*” penelitian ini menggunakan metode kualitatif, hasil temuan

¹⁰Aulia Lailatul Rachmawati, “Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Tidar)”, *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*, (Vol.1 No.1 2019), 1

¹¹Noor Fatmawati, “Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop”, *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, (Vol.29 No.1 2020), 29

peneliti dengan jurnal yang meneliti hal serupa. Adapun hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu transaksi jual beli online yang berkembang pesat menimbulkan adanya perilaku konsumtif pada masyarakat, perilaku berbelanja online ini dipengaruhi oleh berbagai faktor meliputi harga, rasa kepercayaan, kualitas barang, kenyamanan, dan lain sebagainya.¹²

4. Novi Indriyani Sitepu, judul penelitian "*Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia*" jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan cara pengumpulan datanya yaitu data kepustakaan. Hasil temuan yang diperoleh menyatakan bahwa perilaku konsumtif dimasyarakat sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat di berbagai kelas sosial, dimana masyarakat cenderung menggunakan pendapatannya hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Sehingga mereka tidak melakukan tabungan baik didunia maupun akhirat, oleh karena itu di dalam Islam ditawarkan perilaku konsumsi yang seimbang antara kehidupan dunia dan akhirat.¹³

¹²Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, "Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, (Vol.9No.2 2018),191

¹³Novi Indriyani Sitepu, "Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia". *Jurnal Perspektif ekonomi Darussalam*, (Vol.2 No.1 2016), 91

5. Andi Bahri S, judul penelitian “*Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*” metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode kualitatif dan hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu perilaku konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam harus mempertimbangkan aspek *daruriyyah*, *hajiyyah*, maupun *tahsiniyyah* dalam *maqosid syariah* serta harus memperhatikan unsur kehalalnya. Perilaku konsumsi dalam Islam bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara aspek materi dan spiritual dengan memaksimalkan nilai manfaat pada setiap barang.¹⁴

Perbandingan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian yang Dilakukan

Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
Aulia Lailatul	Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa	Sama-sama menggunakan metode kualitatif, dan informan penelitian sama-sama berasal dari mahasiswa. Serta sama-sama meneliti tentang perilaku konsumtif	Lokasi penelitian terdahulu di Universitas Tidar sedangkan penelitian saat ini di UINFAS Bengkulu. Penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh e-commerce terhadap perilaku

¹⁴Andi Bahri S, “Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Studia Islamika*, (Vol.11 No.2 2014), 347

	di Prodi Manajemen Universitas Tidar)		konsumtif sedangkan penelitian saat ini berfokus pada perilaku konsumtif berdasarkan etika konsumsi Islam.
Fatimah Noor	Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop	Sama-sama menggunakan metode kualitatif, serta informan penelitian sama-sama berasal dari mahasiswa	Penelitian terdahulu meneliti masalah gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shop, sedangkan penelitian saat ini meneliti masalah perilaku belanja mahasiswa karena penggunaan online shop
Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah	Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus	Sama-sama menggunakan metode kualitatif, dan sama-sama meneliti perilaku belanja online	Informan penelitian terdahulu adalah masyarakat umum sedangkan penelitian saat ini informan penelitian berasal dari mahasiswa
Novi Indriyani Sitepu	Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia	Sama-sama menggunakan metode Kualitatif, serta sama-sama meneliti perilaku konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam	Teknik pengumpulan data pada penelitian terdahulu menggunakan data kepustakaan sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik wawancara dan observasi.

Andi Bahri S	Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Sama-sama berfokus pada etika konsumsi Islam dan sama-sama menggunakan metode kualitatif	Penelitian terdahulu berfokus pada etika konsumsi Islam sebagai analisis perspektif ekonomi, sedangkan penelitian saat ini berfokus pada etika konsumsi Islam sebagai analisis pola perilaku konsumtif
--------------	------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian berupa deskripsi dan analisis peristiwa, fenomena, dan kejadian-kejadian yang dibahas.¹⁵

Sugiyono mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dalam keadaan objek bersifat alamiah dan data yang diperoleh berupa data kualitatif dengan teknik analisis kualitatif.¹⁶

Peneliti memilih metode kualitatif karena permasalahan yang dibahas bersifat dinamis dan kompleks sehingga metode kualitatif sangat cocok digunakan agar memperoleh data secara alamiah dari narasumber terkait.

¹⁵Ariesto Hadi Sutopo dan Adrius Arief, *Terampil Mengelolah Data Kualitatif dengan Nvivo*, (Jakarta : Kencana, 2010), 5

¹⁶Tia Perdani, "Perubahan Pola Pembelajaran di Sekolah Dasar pada Masa Pandemi Covid-19", *UPI*, (2020), 26

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Oktober 2021 sampai Februari 2022. Adapun lokasi penelitian berada di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, yang bertempat di Jl. Pagar Dewa, Kecamatan Selebar kota Bengkulu, Telp (0736) 51171-551276.

3. Informan Penelitian

Menurut Martha dan Kresno dalam penelitian kualitatif tidak menetapkan jumlah sampel minimum.¹⁷ Pada penelitian ini untuk ukuran pengambilan jumlah informan penelitian atau Sempel penelitian, peneliti mengacu pada rumus dari Roscoe¹⁸ yang menerangkan tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: wanita-pria pegawai-nasabah, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya),

¹⁷Evi Martha dan Sudarti Kresno, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 98

¹⁸Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014), 60

maka jumlah anggota sampel 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.¹⁹

Sehingga dengan mengacu kepada dua teori Martha dan Kresno, bahwa informan pada penelitian kualitatif tidak ditentukan jumlahnya, sedangkan menurut Roscoe point (a) bahwa penelitian yang layak, informan berjumlah 30-500 responden, maka pada penelitian ini informan berjumlah 30 orang sudah dapat dikatakan layak.

Informan adalah mahasiswa periode 2018/2019 semester tujuh (7) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang menggunakan online shop dalam kegiatan belanja mereka. Peneliti menentukan populasi adalah mahasiswa periode 2018/2019 semester tujuh (7) didasarkan pada asumsi bahwa mahasiswa periode 2018/2019 semester tujuh (7) telah mengerti perilaku konsumsi dalam Islam karena telah memperoleh semua materi atau matakuliah yang dibutuhkan.

4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel
 - a. Populasi : Merupakan wilayah generalisasi dari obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakter

¹⁹Mamik., 60-61

- tertentu untuk dipelajari dan diambil kesimpulan²⁰
Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa periode 2018/2019 semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- b. Sampel : Adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki dalam populasi²¹ dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak tiga puluh (30) orang mahasiswa periode 2018/2019 semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pengguna aplikasi online shop.
- c. Teknik pengambilan sampel : Menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menentukan objek berdasarkan karakteristik tertentu untuk mencapai tujuan penelitian²² pada penelitian ini karakteristiknya yaitu: 1.Mahasiswa semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, yang berjumlah 513 orang 2.Mempunyai dan menggunakan aplikasi belanja online di handphone mereka. 3.Membeli produk yang sama lebih dari satu dalam sekali transaksi.

²⁰Garaika, Darmanah, *Metodologi Penelitian*, (Lampung : CV. Hira Tech, 2019), 48

²¹Garaika, Darmanah., 48

²²Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 47

5. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama²³ dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara antara peneliti dan informan penelitian, wawancara adalah proses tanya jawab antara peneliti dan narasumber untuk mendapatkan jawaban terkait permasalahan yang dibahas.²⁴

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber yang tidak langsung²⁵ untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari sumber tulisan baik berupa buku-buku, jurnal, dan artikel ilmiah lainnya yang mendukung penelitian sebagai acuan supaya tidak melewati batas dalam penganalisisan data di lapangan.

²³Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, (Vol.1 No.2 2017), 211

²⁴Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta : Kencana, 2013), 133

²⁵ Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, (Vol.1 No.2 2017), 212

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang ingin diteliti.

b. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab berdasarkan beberapa pertanyaan tertentu antara dua orang atau lebih untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang diajukan.²⁶

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk menelusuri data historis.²⁷ Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu berupa foto atau gambar yang diambil secara langsung dalam proses penelitian.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian aktivitas berupa pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, serta verifikasi data untuk menghasilkan suatu fenomena yang mempunyai

²⁶Kartini Hartono, *“Pengantar Metodologi Riset Sosial”* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 187

²⁷Burhan Bungin, *“Penelitian Kualitatif”* (Jakarta: Kencana, 2007), 125

nilai ilmiah.²⁸ Penganalisisan data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu penganalisisan data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan hasil data yang didapat untuk membuat sebuah kesimpulan.²⁹

Langkah-langkah yang peneliti lakukan untuk menganalisis data berpedoman pada teori Miles dan Huberman yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, dan pengabstrakan dari data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Proses reduksi data akan memperpendek dan membuang hal yang tidak perlu.³⁰

b. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data langkah selanjutnya yaitu mengumpulkan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

²⁸Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014), 133

²⁹Gamal Thabrani, "Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif" diakses dari <http://serupa.id/teknik-analisis-data-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/>, pada tanggal 14 Desember 2021 pukul 0.43 WIB

³⁰Moh Soehadha, *Metodologi Penelitian Sosial Agama kualitatif* (Yogyakarta: Teras, 2008), 114

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh sebagai alur sebab akibat dan proposisi.³¹

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Bab *pertama* merupakan pendahuluan, dalam bab ini diuraikan secara keseluruhan tentang latar belakang permasalahan yang berisi fakta dan data. Kemudian terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan terakhir yaitu sistematika penulisan yang menguraikan secara singkat bagian-bagian dari penelitian.

Bab *kedua* merupakan kajian teori, pada bab ini disajikan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang akan dibahas. Yaitu teori tentang perilaku konsumtif, online shop, dan etika konsumsi Islam.

Bab *Ketiga* merupakan gambaran objek penelitian yang berisikan sejarah UINFAS, visi misi, dan letak demografis.

Bab *keempat* merupakan hasil dan pembahasan, yang akan menjawab rumusan masalah yang ada terkait pola

³¹Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Reflika Aditama, 2012), 341

perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop ditinjau dari etika konsumsi Islam.

Bab *kelima*, adalah bab penutup. Pada bab ini penyusun akan mengambil suatu kesimpulan dari pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan, kemudian mengungkapkan keterbatasan penelitian dan saran dari seluruh kegiatan dalam penelitian untuk kepentingan penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Secara bahasa perilaku konsumtif terdiri dari kata “perilaku” dan “konsumtif”. Perilaku dalam KBBI memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan, sedangkan “konsumtif” memiliki arti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri).

James S. Coleman mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif yaitu suatu sikap bertindak yang tidak didasari pertimbangan secara rasional. Dan cenderung melakukan tindakan konsumsi tanpa batas, dan juga lebih mengutamakan keinginan untuk mencapai kepuasan yang ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebih-lebihan.³²

Perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumanto adalah suatu tindakan dimana seseorang memakai barang secara tidak sempurna dengan kata lain ia membeli barang yang sama dengan brand yang berbeda dikarenakan adanya

³²In Ratih Ningcahya dan Lilik Rahmawati, “Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel)”, *Al-Iqtishadiyah*, (Vol.6 No.1 2020), 56

promosi atau hadiah dari barang tersebut.³³Perilaku konsumtif ini terjadi karena sifat keinginan untuk mencapai kepuasan lebih dominan.³⁴


Menurut Ancok perilaku konsumtif merupakan sifat seseorang untuk mengkonsumsi tanpa henti, artinya seseorang mengkonsumsi suatu barang untuk memenuhi kepuasan hasratnya bukan untuk memenuhi kebutuhannya. Disisi lain Wahyudi menyatakan perilaku konsumtif adalah perilaku belanja yang bukan berasal dari akal rasional tetapi dari akal emosional untuk mencapai kepuasan.³⁵

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan konsumsi seseorang secara berlebihan yang bertujuan memenuhi hasratnya untuk mencapai kepuasan yang diharapkan. Sedangkan didalam Islam Allah melarang seseorang untuk berbelanja berlebihan, hal ini dijelaskan dalam surat Al-Isra ayat 27 yang berbunyi:

³³Indah Haryan dan Jhon Herwanto, “Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmeetik pada Mahasiswi”, *Jurnal Psikologi*, (Vol.11 No.1 2015), 6

³⁴Jessica Gumulya dan Mariyana Widiastuti, “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universita Esa Unggul”, *Jurnal Psikologi*, (Vol.11 No.1 2013), 51

³⁵Dias Kenserina, “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015”, *Jurnal Pendidikan EkonomiUndiksha*, (Vol.5 No.1 2015), 2

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ^ص وَكَانَ
الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا 

Artinya: *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah melarang seseorang untuk membelanjakan hartanya secara boros dan berlebihan, yaitu membeli barang-barang yang tidak bermanfaat dan tidak dibutuhkan. Karena pada dasarnya sifat boros ini merupakan perilaku setan, sedangkan setan sendiri merupakan musuh nyata bagi manusia.³⁶

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif menurut Sumanto dan Djabar yaitu:

- a. Pembelian produk didasarkan karena adanya diskon yang ditawarkan.
- b. Pembelian produk didasarkan pada gratis ongkir dimana hal ini membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.
- c. Pembelian produk dilakukan untuk menjaga tampilan agar selalu menarik dan untuk menutupi rasa gengsi.

³⁶Bachrul Ilmy, *Pendidikan Agama Islam*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008), 11

Pembelian ini dilakukan oleh individu yang memiliki hasrat yang tinggi, dimana mereka mempunyai ciri khas berpakaian, berpenampilan, berdandan dan gaya rambut agar terlihat menonjol dan menarik.³⁷

- d. Pembelian dilakukan karena harganya yang mahal bukan karena fungsi dari produk tersebut hal ini didasarkan supaya terlihat mewah dan elegan dimata orang lain.
- e. Pembelian produk dilandasi untuk mendapatkan simbol status untuk terlihat berasal dari kelas sosial atas.
- f. Pembelian produk didasarkan pada unsur konformitas model iklan hal ini cenderung terjadi kerana seseorang tersebut mempunyai motivasi untuk terlihat seperti seseorang yang mereka idolakan.
- g. Adanya persepsi bahwa produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri.
- h. Karena rasa penasaran sehingga pembeli mencoba dua produk yang sama dengan brand yang berbeda untuk mendapatkan produk mana yang sesuai selera konsumen.³⁸

³⁷Endang Dwi Astuti, “Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda”, *Psikoborneo*, (Vol.1 No.2 2013), 81

³⁸Endang Dwi Astuti, “Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda”, *Psikoborneo*, (Vol.1 No.2 2013), 81

3. Jenis-Jenis Perilaku Konsumtif

a. Konsumsi adiktif (*Addictive consumption*)

Merupakan kegiatan konsumsi suatu barang atau jasa yang didasarkan pada rasa ketagihan atau kecanduan.³⁹

b. Konsumsi impulsif (*Impulse Buying/Impulsive Buying*)

Yaitu proses pembelian yang terjadi karena adanya tekanan secara mendadak dan kuat untuk membeli produk tersebut pada saat itu juga.⁴⁰ Mower dan Minor mengemukakan bahwa *Impulsive Buying* merupakan sebuah tindakan secara tidak sadar yaitu hasil dari sebuah pertimbangan maupun niat membeli yang terjadi sebelum memasuki toko. Disisi lain Rook mendefinisikan *Impulsive Buying* merupakan aktivitas pembelian tidak rasional, cepat, dan tanpa perencanaan yang diikuti oleh konflik pikiran dan emosional.⁴¹

³⁹Siti Ulil Hidayati Walaf Doliyah, "Go-Food dan Gya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Surakarta", *Journal of Multidisciplinary Studies*, (Vol.2 No.2 2018), 315

⁴⁰Sofia Miranda, "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau", *JOM FISIP*, (Vol.4 No.1 2017), 8

⁴¹Ermawati, "Etika Konsumsi Islam dalam Impulsive Buying", *Bilancia*, (Vol.15 No.1 2021), 116

c. Konsumsi Kompulsif (*Compulsive Consumption*)

Suatu kegiatan berbelanja tanpa henti dan tidak memperhatikan barang apa yang dibutuhkan.⁴²

4. Faktor- Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Swasta dan Handoko perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.⁴³

Faktor internal terdiri dari:

a. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dasar seseorang dalam bertingkah laku. Motivasi adalah kekuatan yang berasal dari dalam maupun dari luar yang memberikan dorongan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu sesuai yang telah direncanakan sebelumnya.⁴⁴

b. Pengalaman belajar

Pengalaman belajar merupakan suatu proses yang memberikan perubahan penampilan seseorang yang diakibatkan karena adanya pengalaman sebelumnya. Sehingga faktor ini terjadi dikarenakan konsumen mempelajari dari pengalaman dan proses latihan yang mereka hadapi. Belajar adalah perubahan secara

⁴²Siti Ulil Hidayati Walaf Doliyah, "Go-Food dan Gya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Surakarta", *Journal of Multidisciplinary Studies*, (Vol.2 No.2 2018), 315

⁴³Eni Lestarina, dkk, "Perilaku Konsumtif dikalangan Remaja", *JRTI*, (Vol.2 No.2 2017), 5

⁴⁴Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di Bidang Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), 1

permanen pada perilaku maupun potensi perilaku seseorang yang diperoleh dari praktek yang dilakukan.⁴⁵

c. Kepribadian

Menurut Maddy kepribadian merupakan kumpulan karakteristik dan kecenderungan stabil, yang menentukan perubahan tingkah laku seseorang dalam jangka panjang serta tidak dapat dipahami secara sederhana dari hasil tekanan sosial. Kepribadian menurut Phares ialah ciri khas dari pikiran, perasaan, dan perilaku yang menjadi pembeda dari orang satu dengan yang lainnya, dan tidak berubah lintas situasi dan waktu.⁴⁶ Kotler dan Keller menjelaskan bahwa perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh kepribadian seseorang berupa usia, pekerjaan, gaya hidup dan siklus hidup.⁴⁷

d. Kepercayaan

Angelis mengemukakan kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dalam diri seseorang untuk menghadapi sesuatu. Dimana kepercayaan pada setiap

⁴⁵ Aris Kurniawan, "26 Pengertian Belajar Menurut Para Ahli Pendidikan dan Daftar Pustakanya" diakses dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-belajar/> pada Jumat, 14 Januari 2022, Pukul 8.41 WIB.

⁴⁶ Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), 8

⁴⁷ Liestianti Surya Putry dan Hastaning Sakti, "Hubungan Antara Konformitas dengan Pengambilan Keputusan dalam Menggunakan Produk Skin Care pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro", *Jurnal Empati*, (Vol.4 No.2 2015), 122

individu tidak selalu pada tingkat yang sama, dimana terkadang seseorang individu merasa mungkin dan yakin pada satu hal, namun berbeda dengan individu yang lainnya mereka tidak merasa yakin akan hal tersebut.⁴⁸

Faktor eksternal terdiri dari:

a. Kebudayaan

Kebudayaan menurut Koentjaraningrat adalah wujud dari ideal yang abstrak dan tidak dapat diraba barasal dari pikiran manusia berupa ide, gagasan, kepercayaan, norma, adat istiadat, dan sebagainya.⁴⁹

b. Kelas sosial

Menurut Karl Marx kelas sosial adalah suatu gejala khas yang ada pada masyarakat pascafeodal, dimana individu dibedakan pada dua kelas yaitu berada pada lokasi yang sama dan sebagai actor sosial budaya⁵⁰ kelas sosial dalam masyarakat modern ditentukan oleh kondisi sosial dan ekonomi mereka.

⁴⁸Bekti Murbani, "Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja", (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010), 17

⁴⁹Rina Devianty, "Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan", *Jurnal Tarbiyah*, (Vol.24 No.2 2017), 231

⁵⁰Indriaty Ismail dan Mohd Zuhaili Kamal Basir, "Karl Marx dan Konsep Perjuangan Kelas Sosial", *International Journal Of Islamic Thought*, (Vol.1 2017), 29

c. Kelompok panutan

Kelompok panutan adalah suatu komunitas yang menjadi tempat bergaul dimana kelompok ini dapat mempengaruhi sikap, perilaku, pendapat, dan norma dari konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Menurut Sumarwan kelompok ini akan memberikan nilai standar yang akan memberikan pengaruh pada perilaku konsumsi seseorang⁵¹

d. Keluarga

Keluarga ialah suatu unit masyarakat terkecil yang sangat mempengaruhi dalam sebuah keputusan pembelian. Keluarga merupakan organisasi yang terdiri dari suami, istri, dan anak-anak yang berperan sangat penting dalam keputusan pembelian barang maupun jasa.⁵²

⁵¹Liestianti Surya Putri dan Hastaning Sakti, "Hubungan Antara Konformitas dengan Pengambilan Keputusan dalam Menggunakan Produk Skin Care pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro", *Jurnal Empati*, (Vol.4 No.2 2015), 122

⁵²Juli E.S Towoliu dan Willem J.F.A Tumbuan, "Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado", *Jurna EMBA*, (Vol.5 No.2 2017), 310

5. Unsur-Unsur yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif⁵³

a. Tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan seseorang meliputi upah, gaji, bunga sewa, laba, dan lainnya.⁵⁴ Dimana semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin banyak pula kebutuhannya.

b. Tingkat kebutuhan

Menurut Maslow manusia akan mendahulukan kebutuhan dasar mereka yang paling dibutuhkan sesuai dengan waktu, dan keadaan tertentu.⁵⁵

c. Lingkungan sosial

Lingkungan sosial terdiri dari individu dan kelompok yang saling berhubungan sehingga membentuk perilaku seseorang.⁵⁶

⁵³Misbahul Munir & A. Djalaluddin, *Ekonomi Qur'ani Doktrin Reformasi Ekonomi dalam Al-Qur'an*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2014), 107

⁵⁴Ikhwani Ratna dan Hidayati Nasrah, "Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau", *Marwah*, (Vol.14 No.2 2015), 204

⁵⁵Muhubbin dan Marfuatun, "Urgensi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam Mengatasi Prokrastina Akademik di Kalangan Mahasiswa", *Jurnal Ilmu kependidikan*, (Vol.15 No.2 2020), 72

⁵⁶Subagio, "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram", *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, (Vol.3 No.3 2019), 265

B. Online Shop

1. Definisi Online shop

Menurut Kotler online shop merupakan trend belanja yang menjadi kebiasaan sehari-hari para pembeli⁵⁷ belanja online adalah bagian dari e-commerce yang lebih akrab dikenal sebagai online shopping ataupun online shop, di Indonesia sendiri sistem belanja online ini marak digunakan bersamaan dengan pesatnya perkembangan para pengguna jaringan internet dan hal tersebut berdampak pada nilai perjualbelian berbelanja online tersebut.⁵⁸

Pengertian e-commerce yang dikemukakan oleh Jony Wong merupakan kegiatan jual beli dan sistem pemasaran yang dilakukan melalui bantuan elektronik baik internet, radio, maupun televisi dan sebagainya. Sedangkan vermaat menyatakan e-commerce adalah suatu transaksi berbisnis yang menggunakan jaringan internet.⁵⁹

E-commerce atau belanja online merupakan suatu kegiatan belanja yang dilakukan melalui media penghubung

⁵⁷Sofia Miranda, "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau", *JOM FISIP*, (Vol.4 No.1 2017), 8

⁵⁸Rosian Anwar dan Wijaya Adidarma, "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, (Vol.14 No.2 2016), 156

⁵⁹Hismendi, "E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Kasus Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, (Vol.15 No.1 2016), 39

seperti *website-website* maupun aplikasi jual beli online⁶⁰ e-commerce adalah sebuah inovasi baru didunia bisnis yang memanfaatkan perkembangan internet sebagai media jual beli digital dan hal ini mengakibatkan perubahan sistem belanja tradisional menjadi belanja online yang digemari masyarakat pada saat ini.⁶¹

Menurut Suherman transaksi jual beli online merupakan sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan jaringan elektronik berupa internet dengan menggunakan situs-situs untuk membeli barang maupun jasa. Sesuai dengan akad-akad yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.⁶²

2. Jenis-Jenis Toko Online di Indonesia

Dengan berkembang pesatnya penggunaan jaringan internet di seluruh dunia, maka bisnis online merupakan salah satu bisnis yang banyak dilakukan oleh masyarakat. Di Indonesia sendiri penggunaan bisnis online atau sering disebut online shop dapat kita jumpai dengan mudah

⁶⁰Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, “Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, (Vol.9 No.2 2018),195

⁶¹Ni Kadek Devi Aprilia Agustini, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan E konomi Angkatan Tahun 2012”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, (Vol.9 No.1 2017), 128

⁶²Tiara Nur Fitria, “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (Vol.3 No.1 2017), 55

dimasyarakat, baik itu bisnis online skala kecil sampai bisnis online skala besar.⁶³ Beberapa contoh toko online di Indonesia yaitu:

a. Iklan baris

Merupakan sebuah situs dimana seseorang dapat memasang iklan jualan mereka, contohnya OLX dan Berniaga.

b. Online *marketplace*

Situs ini tidak hanya berfungsi mempromosikan produk saja tetapi juga dapat melakukan transaksi pembayaran secara online, contohnya Tokopedia dan Bukalapak.

c. *Shopping mall*

Toko online ini hampir sama dengan *marketplace* tetapi penjual yang diizinkan berjualan hanya dari brand ternama, contohnya Blibli dan Zalora.

d. Toko online

Toko ini mempunyai alamat *website* sendiri dan penjual mempunyai stok barang yang akan dijual kepada pembeli secara online, contohnya Lazada dan Bhinneka.

⁶³Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (Vol.3 No.1 2017), 56

e. Toko online di media sosial

Penjual yang menjual produk mereka melalui Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, dan sebagainya.⁶⁴

3. Faktor-Faktor Pembelian Online

Menurut Kotler dan Amstrong kegiatan belanja online dipengaruhi oleh empat faktor yaitu:

a. Faktor Kenyamanan

Kenyamanan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan konsumen sebelum melakukan pembelian secara online, dimana kenyamanan ini dapat diperoleh konsumen dengan adanya jaminan, kerahasiaan, kepercayaan, serta kejujuran yang diberikan oleh si penjual kepada konsumen.⁶⁵

b. Faktor Kelengkapan Informasi

Kelengkapan informasi yang dimaksud dalam hal ini adalah kemudahan yang diberikan toko online kepada konsumen mereka, dimana melalui toko online konsumen tidak perlu bertatap muka langsung dengan si penjual untuk melakukan transaksi jual beli. Selain itu pada toko online ini si penjual akan

⁶⁴Mahir Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia", *Modus*, (Vol.27 No.2 2015), 171

⁶⁵Suharman, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up di Kota Malang", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, (Vol.7 No.3 2019), 271

memberikan informasi terkait produk yang mereka tawarkan, yang mana hal ini akan memberikan kemudahan bagi konsumen terkait informasi produk yang mereka inginkan.⁶⁶

c. Faktor Waktu

Melalui belanja online ini memungkinkan konsumen untuk melakukan aktivitas jual beli selama 24 jam dalam sehari, dimana mereka dapat membuka akses situs jual beli untuk melihat dan memesan produk yang mereka inginkan kapan pun dan dimana pun.⁶⁷

d. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan dari pihak tertentu kepada pihak lainya dalam melakukan sebuah transaksi, berdasarkan rasa kepercayaan bahwa orang yang diyakini akan menjalankan kewajibannya dengan baik dan benar. Dimana

⁶⁶Amelia Septiani, “Analisis Perilaku Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”, (Skirpsi, Universitas Islam Indonesia, 2020), 19

⁶⁷Amelia Septiani, “Analisis Perilaku Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”, (Skirpsi, Universitas Islam Indonesia, 2020), 19

kepercayaan ini terbentuk dari tiga elemen yaitu: niat baik, integritas, dan kompetensi.⁶⁸

4. Unsur-Unsur Pembelian Online

Menurut Forsyth et al., pembelian online dipengaruhi oleh tiga unsur yaitu:

a. *Search/visiting*

Dalam hal ini biasanya calon pembeli akan mencari *website e-commerce* untuk melihat produk maupun promosi-promosi yang ditawarkan.

b. *Purchasing*

Pada tahapan ini calon pembeli akan membeli barang atau jasa yang sesuai keinginan mereka setelah melakukan tahapan *visiting*, pembelian ini didasarkan pada dua hal. Pertama karena pembeli membutuhkan barang maupun jasa tersebut, kedua karena pembeli tertarik dengan promo yang ditawarkan di situs *e-commerce*.

c. *Multi-channel shopping*

Multi-channel shopping merupakan layanan yang diberikan oleh pihak *e-commerce* berupa berbagai penyediaan jalur untuk melakukan pembelian, seperti pada *e-commerce Salestock* dimana pembelianya dapat

⁶⁸Rezha Devi Anggreini & Suparwati, “Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat”, Provider by *E-Journal UPN*, 94

dilakukan melalui Whatsapp, Line, Instagram, dan aplikasi di Smartphone.⁶⁹

5. Keuntungan Jual Beli Online

- a. Memberikan kemudahan bertansaksi antara si penjual dan si pembeli⁷⁰ melalui kegiatan jual beli online ini maka si penjual dan si pembeli dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun, sehingga hal ini memungkinkan seseorang yang berada ditempat jauh dapat melakukan kegiatan jual beli untuk membeli maupun menjual produk mereka tanpa adanya halangan jarak.
- b. Menghemat waktu dan biaya, melalui kegiatan belanja online ini, maka si pembeli tidak harus datang ke toko langsung untuk melihat-lihat barang yang ingin mereka beli. Tetapi si pembeli dapat melihat melalui situs-situs yang tersedia untuk melihat produk-produk yang ditawarkan oleh toko tersebut, dan kemudian si pembeli dapat memesan barang yang ingin mereka beli melalui aplikasi belanja online yang ada.⁷¹

⁶⁹Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, "Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, (Vol.9 No.2 2018), 198

⁷⁰Wahibatul Maghfuroh, "Jual Beli Secara Online dalam Tinjauan Hukum Islam", *JAS*, (Vol.2 No.1 2020), 38

⁷¹Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (Vol.3 No.1 2017), 57

- c. Pilihan yang ditawarkan sangat beragam⁷² jika di toko biasa pembeli hanya dapat melihat produk yang ada di toko tersebut, namun berbeda dengan toko online. Disini pembeli dapat melihat berbagai macam produk dari segala jenis, ukuran, warna dan sebagainya, sehingga melalui toko online ini pembeli dapat membandingkan harga dan jenis produk dari toko online satu dengan toko online lainnya.
- d. Melalui belanja online ini maka konsumen akan mendapatkan keuntungan yang ditawarkan si penjual apabila si pembeli membeli produk mereka. Keuntungan tersebut yaitu si penjual akan memberika promo kepada si pembeli yang mana promo yang ditawarkan bermacam-macam baik berupa diskon (potongan harga), gratis ongkir, *cashback* dan promo-promo lain. Dimana hal ini dilakukan si penjual untuk menarik minat beli konsumen untuk berbelanja di toko mereka.⁷³

⁷²Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (Vol.3 No.1 2017), 57

⁷³Syarif Maulana, "Kelebihan dan Kekurangan dari Belanja Online yang Wajib Kamu Ketahui", diakses dari <https://benefits.bankmandiri.co.id/article/kelebihan-dan-kekurangan-dari-belanja-online-yang-wajib-kamu-ketahui>, pada Sabtu, 15 Januari 2022 pukul 21.53 WIB

6. Kerugian Jual Beli Online

- a. Rentang tindakan kriminal seperti penipuan dan sebagainya, hal ini disebabkan karena si penjual dan si pembeli tidak bertemu secara langsung sehingga mereka tidak tau dengan siapa mereka melakukan transaksi. Disisi lain terkadang barang yang ditawarkan di foto berbeda dengan barang yang di berikan kepada si pembeli.⁷⁴
- b. Menjadi lebih konsumtif, melalui belanja online ini mengakibatkan perilaku konsumsi seseorang menjadi lebih besar dari sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh berbagai kemudahan yang ada di aplikasi online shop tersebut, dan dimana tanpa sadar seseorang belanja barang-barang yang tidak mereka perlukan.⁷⁵
- c. Tidak bisa melihat barang secara langsung dan menunggu waktu pengiriman barang yang terkadang tidak sesuai jadwal yang ditentukan.⁷⁶ Salah satu

⁷⁴Sinarsih, dkk, “Dropship dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari)”, 127

⁷⁵Christantio Utama, “Awat Terjebak! Ini Keuntungan dan Kerugian Belanja Online”, diakses dari <https://lifepal.co.id/media/keuntungan-dan-kerugian-belanja-online/> pada Sabtu, 15 Januari 2022 pukul 22.38 WIB

⁷⁶Christantio Utama, “Awat Terjebak! Ini Keuntungan dan Kerugian Belanja Online”, diakses dari <https://lifepal.co.id/media/keuntungan-dan-kerugian-belanja-online/> pada Sabtu, 15 Januari 2022 pukul 22.38 WIB

kelemahan dari belanja online ini adalah ketika konsumen tidak dapat melihat barang secara langsung, sehingga barang yang akan dibeli tersebut belum diketahui secara pasti bagaimana wujud yang sebenarnya. Kemudian pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

C. Konsumsi dalam Islam

1. Definisi Konsumsi dalam Islam

Konsumsi berasal kata *consumption* yang memiliki makna menghabiskan, mengurangi, yaitu berupa aktivitas yang dituju berupa menghabiskan nilai guna barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan. Huda menyatakan bahwa konsumsi adalah kegiatan seseorang secara langsung dalam memanfaatkan, menggunakan, dan menghabiskan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan kepuasan akibat dari menghabiskan nilai guna dari barang atau jasa tersebut.⁷⁷

Konsumsi adalah aktivitas manusia dalam menggunakan, memanfaatkan, dan menghabiskan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka⁷⁸

⁷⁷Melis, "Prinsip dan Batasan Konsumsi Islami", *Islamic Banking*, (Vol.1 No.1 2015), 14

⁷⁸Rahmat Ilyas, "Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Persepektif Ekonomi Islam", *At-Tawassuth*, (Vol.1 No.1 2016), 153

konsumsi juga diartikan pemanfaatan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan seseorang.⁷⁹

Sedangkan menurut pandangan Islam konsumsi merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dengan tujuan beribadah dan memperoleh ridho Allah supaya mendapatkan kesejahteraan dunia dan akhirat.⁸⁰ Dalam ajaran Islam sendiri aktivitas konsumsi tidak dapat terpisah dengan nilai keimanan, sehingga keimanan ini menjadi acuan seorang muslim untuk melakukan kegiatan konsumsi sesuai syariat Islam.

2. Dasar Hukum Konsumsi

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Furqan 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ

بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: *dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.*

Menurut tafsir Al-Mishbah ayat ini diartikan bahwa diantara tanda-tanda Tuhan Yang Maha Penyayang yaitu bersikap sederhana dalam

⁷⁹Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), 97

⁸⁰Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, 98

membelanjakan harta. Tidak berlebih-lebihan dan tidak juga kikir.⁸¹

Dalam sebuah hadis Rasulullah SAW bersabda:

Dari Anas r.a, katanya, Rasulullah SAW bersabda, “seandainya seorang manusia mempunyai harta sebanyak dua lembah niscaya ia akan mencari lembah yang ketiga dan tidak akan penuh mulut manusia itu kecuali dengan tanah (kematian) dan Allah akan mengampuni orang yang bertobat. “(HR. Bukhari dan Muslim)⁸²

Dalam pandangan Islam sendiri konsumsi memiliki peranan yang sangat besar dalam kegiatan ekonomi, karena tidak akan ada kehidupan manusia tanpa melibatkan aktivitas konsumsi. Sehingga pada masa khalifa Umar bin Khatab beliau memberikan perhatian khusus terhadap aktivitas konsumsi ini, diantaranya⁸³

- a. Semangat Umar r.a untuk memberikan konsumsi yang layak kepada rakyatnya, contohnya ketika beliau hijrah ke Syam dan beliau mendapatkan informasi bahwa rakyatnya kekurangan makanan, maka Umar pun langsung memerintahkan untuk

⁸¹Risalah Muslim, “QS. Al Furqaan (Pembeda) – surah 25 ayat 67 [QS. 25:67]” diakses dari <https://risalahmuslim.id/quran/al-furqaan/25-67/> pada Minggu, 19 Desember 2021 pukul 23.10 WIB

⁸²Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, 98

⁸³Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 87

memberikan makanan untuk mencukupi kebutuhan rakyatnya.

- b. Umar r.a juga menegaskan bahwa setiap muslim mempunyai tanggungjawab untuk memenuhi konsumsi yang layak dikeluarga mereka.
 - c. Umar r.a juga memberikan sanksi kepada para hamba sahaya Hathib Bin Abi Balta'ah yang mencuri unta milik Kabilah Muzainah, dimana dalam kasus tersebut Hathib tidak memberikan makan kepada unta sebagaimana mestinya. Sehingga Umar r.a memberikan hukuman kepada Hathib atas tindakannya tersebut.
 - d. Umar r.a tidak mengajurkan seseorang untuk melakukan kegiatan konsumsi yang mubah dan membahayakan diri mereka, meskipun dengan tujuan ibadah.⁸⁴
3. Ciri-Ciri Konsumsi Islam
- a. Seorang muslim akan melakukan kegiatan konsumsi secara wajar sesuai kebutuhan bukan keinginan.
 - b. Tingkat kepuasan bukan dari jumlah satu atau dua, tetapi tingkat kepuasan diukur dari kemaslahatan yang dihasilkan.

⁸⁴

Hakim., 87-88

- c. Seorang muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang subhat apalagi haram.
- d. Tidak akan membelanjakan hartanya secara berlebihan dan tidak sesuai dengan pendapatannya.
- e. Tingkat kepuasan bagi seorang muslim ialah rasa syukurnya kepada Allah SWT.⁸⁵

4. Prinsip-Prinsip Konsumsi

Menurut Abdul Mannan terdapat lima prinsip dasar konsumsi dalam Islam yaitu:

- a. Keadilan, dalam hal ini seorang muslim harus memakan makanan yang halal dan menghindari makanan haram.
- b. Kebersihan, seorang muslim haruslah selalu menjaga kebersihan karena pada dasarnya kebersihan adalah sebagian dari iman, dan hal ini berlaku juga pada makanan yang dikonsumsi.
- c. Kesederhanaan, didalam prinsip ini kita dituntut untuk melakukan kegiatan konsumsi yang sewajarnya dan tidak berlebihan.

⁸⁵Nadzירותul Laili, "Perilaku Konsumen Muslim serta Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam" diakses dari <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/lailinadzירותul/5c67d5d5d0c112fe713e61e9d7/perilaku-konsumen-muslim-serta-etika-konsumsi-dalam-ekonomi-islam> pada sabtu, 18 Desember 2021 pukul 14.24 WIB

- d. Kemurahan hati, jika kita menaati perintah Allah maka dalam mengkonsumsi makanan tersebut kita juga akan mendapatkan ridho dan berkah dari Allah SWT.
- e. Moralitas, melalui prinsip ini kita diingatkan untuk selalu bersyukur dan menyebut nama Allah sebelum dan setelah makan, sehingga kita harus selalu berdoa untuk memulai dan sesudah makan.⁸⁶

5. Tujuan Konsumsi dalam Islam

Jika dalam ilmu ekonomi konvensional konsumsi bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan maka di dalam ajaran Islam tujuan utama dari kegiatan konsumsi adalah *masalah* yaitu untuk memperoleh manfaat dan berkah.⁸⁷ Dalam ajaran Islam konsumsi bertujuan untuk mencapai tiga hal yaitu:

- a. Untuk mendapatkan Ridho Allah SWT, artinya tujuan konsumsi tersebut bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam. Sehingga apabila telah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan Allah SWT, maka

⁸⁶Eka Sakti Habibullah, “Etika Konsumsi dalam Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*,(AD-DEENAR : 2018) 97-98

⁸⁷Dina Kurnia Salwa, “Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, (Vol.3 No.1 2019), 67

kegiatan konsumsi tersebut akan mendapatkan ridho Allah SWT.

- b. Untuk mewujudkan kerjasama antar masyarakat dan tersedianya jaminan sosial. Seperti yang kita ketahui bahwa manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial, oleh karena itu manusia tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan bantuan orang lain untuk kehidupan mereka. Dan hal ini juga berlaku untuk kegiatan konsumsi sehingga kerjasama antar masyarakat sangat diperlukan agar tercapai keseimbangan dilingkungan sosial.⁸⁸
- c. Untuk menumbuhkan rasa tanggungjawab individu atas kesejahteraan diri, keluarga dan masyarakat sebagai bagian dari aktivitas dan dinamisasi⁸⁹

⁸⁸Kelas Pintar, “Mewujudkan Kerjasama dalam Berbagai Bidang Kehidupan”, di akses dari <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/mewujudkan-kerjasama-dalam-berbagai-bidang-kehidupan-12613/> pada Minggu, 16 Januari 2022 pukul 21.57 WIB

⁸⁹Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, 88-91

BAB III

GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat UINFAS Bengkulu

Berdasarkan Surat Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 1997 pada tanggal 21 Maret 1997 dan juga Keputusan Menteri Agama RI Nomor: E/125/1997. Maka Menteri Agama Dr. H. Tarmizi Taher meresmikan (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkulu) STAIN Bengkulu pada tanggal 30 Juni 1997, dan juga 32 STAIN lainnya. Ketua STAIN Bengkulu dipimpin oleh Drs. H. Badrul Munir Hamid pada tanggal 30 Juni 1997 sampai 7 Maret 2002, dan ketua STAIN Bengkulu selanjutnya dipimpin oleh Dr. Rohimin, M.Ag.

Selanjutnya pada tahun 2012 STAIN Bengkulu resmi diganti sebagai (Institut Agama Islam Negeri Bengkulu) IAIN Bengkulu, berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 51 tahun 2012. Pada tanggal 11 Mei 2021 berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 45 tahun 2021 IAIN Bengkulu diubah menjadi (Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu) UINFAS Bengkulu.

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang beralamat di jalan Raden Fatah, Pagar Dewa, Kota Bengkulu ini terdiri dari 4 Fakultas yaitu 1. Fakultas Syariah dan Hukum dengan Program Sarjana (S1) meliputi Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Keluarga Islam, dan Hukum Tata

Negara 2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program Sarjana (S1) meliputi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, serta Manajemen Haji dan Umrah 3. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah dengan Program Sarjana (S1) meliputi Manajemen Dakwah, Ilmu Hadis, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Filsafat Agama, Sejarah Kebudayaan Islam, Akhlak Tasawuf, Bimbingan Konseling Islam, serta Bahasa dan Sastra Arab 4. Fakultas Tarbiyah dan Tadris dengan Program Sarjana (S1) meliputi Tadris Matematika, Tadris Bahasa Indonesia, Tadris Bahasa Inggris, Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Bahasa Arab, Tadris IPA, Pendidikan Islam Anak Usia Dini, dan Tadris IPS.⁹⁰

B. Visi dan Misi UINFAS Bengkulu

Visi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yaitu menjadikan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai pusat Universitas unggulan (*center of excellent*) dalam bidang studi keislaman, sains, dan kewirausahaan.

⁹⁰Wikipedia, "Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu", di akses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki?..._Fatmawati_Sukarno_Bengkulu, pada Selasa, 29 Maret 2022 Pukul 23:34 WIB

Misi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu adalah sebagai berikut:

- a. Mengembangkan ilmu-ilmu keislaman, sains, dan kewirausahaan dalam pendidikan dan pengajaran.
- b. Meningkatkan kualitas penelitian dan pengabdian yang professional, mandiri, dan berakhlak mulia.
- c. Meningkatkan mutu mahasiswa yang berakarter, professional, mandiri, dan berakhlak mulia.
- d. Mengembangkan sistem pendidikan dan pembelajaran bermutu yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.
- e. Membangun kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi.⁹¹

C. Demografis UINFAS Bengkulu

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu terletak di Jalan Raden Fatah Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu, dengan kode pos 38211 serta luas wilayah kurang lebih tujuh puluh tiga hektar.

⁹¹Web UINFAS Bengkulu, diakses dari https://iainbengkulu.ac.id/index.php/visi_misi/ pada Selasa, 29 Maret 2022 Pukul 23:56 WIB

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan konsumsi seseorang yang dilakukan secara berlebih-lebihan dan tidak berdasarkan akal rasional, dimana perilaku konsumsi ini bertujuan untuk mencapai suatu kepuasan agar hasratnya terpenuhi. Seiring dengan perkembangan zaman maka terjadi perubahan perilaku konsumsi seseorang, hal ini tidak lepas dari peran teknologi dan informasi melalui jejaring internet yang mengakibatkan perubahan tersebut. Salah satunya penggunaan online shop sebagai media jual beli.

Penggunaan aplikasi belanja online ini sangat digemari masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, dimana para mahasiswa sering melakukan transaksi jual beli online karena dinilai lebih praktis dan mudah. Sehingga hal ini menyebabkan perilaku konsumtif dari mahasiswa itu sendiri. Perilaku konsumtif ini dipengaruhi hal-hal sebagai berikut:

a. Pembelian produk didasarkan karena adanya diskon

Diskon merupakan potongan harga dimana harga asli dipotong menjadi beberapa persen sehingga harga

produk yang ditawarkan menjadi berkurang. Karena adanya diskon tersebut banyak para mahasiswa memburu barang-barang yang ditawarkan dimana mereka menganggap bahwa barang tersebut lebih murah dari harga sebenarnya.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan para informan penelitian membenarkan bahwa mereka membeli produk melalui online shop karena adanya diskon yang diberikan.

Menurut Emilia Kusnita, mahasiswa Ekonomi Syariah Menyatakan

“Saya sangat suka belanja menggunakan online shop terlebih lagi jika adanya diskon sehingga ketika ada diskon baju-baju, jilbab, dan pakaian lainnya yang ditawarkan ditoko-toko online yang membuat saya tertarik maka saya akan melakukan pembelian”⁹²

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Delia Tiara Zahira, mahasiswa Ekonomi Syariah

“Saya lebih suka melakukan pembelian barang melalui online shop karena banyak diskon yang diberikan apalagi dihari-hari spesial sehingga saya menjadi lebih sering belanja sejak menggunakan online shop barang yang sering saya beli biasanya gamis, baju, dan jilbab”⁹³

⁹² Emilia Kusnita, Wawancara, Kamis, 4 Februari 2022

⁹³ Delia Tiara Zahira, Wawancara, Sabtu, 6 Februari 2022

Disisi lain Exa Ladeka Stiadi, mahasiswa Perbankan Syariah menyatakan

“Diskon atau potongan harga merupakan salah satu alasan saya untuk melakukan pembelian barang melalui aplikasi belanja online karena potongan harga tersebut membuat saya merasa senang dikarenakan harga yang ditawarkan jauh lebih murah dari harga sebelumnya”⁹⁴

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa melakukan pembelian melalui aplikasi online shop karena ada diskon yang ditawarkan dan barang-barang yang sering mereka beli merupakan pakaian seperti baju, jilbab, dan sebagainya.

- b. Pembelian produk didasarkan karena gratis ongkir yang ditawarkan

Gratis ongkir atau free ongkir merupakan biaya gratis pengiriman, dimana biaya gratis pengiriman ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang dilakukan penjual agar menarik minat pembeli.

Tidak dapat dipungkiri bahwa para pembeli akan terdorong melakukan pembelian karena adanya gratis ongkir yang ditawarkan karena dinilai lebih hemat dan menguntungkan si konsumen. Para mahasiswa juga berpikir demikian sebagaimana hasil wawancara yang

⁹⁴ Exa Ladeka Stiadi, Wawancara, Jumat, 5 Februari 2022

telah peneliti lakukan kepada Yefi Julia Rizka, mahasiswa Ekonomi Syariah menyatakan

*“Saat akan melakukan pembelian kosmetik maupun produk kecantikan lainnya di toko online maka saya akan mencari toko yang menyediakan gratis ongkir agar biaya belanja saya menjadi lebih hemat oleh karena itu saya suka belanja online karena lebih mudah dan praktis”*⁹⁵

Fenzy Efnita, mahasiswa Ekonomi Syariah mengatakan

*“Saya sering melakukan pembelian di online shop dimana pembelian tersebut didasarkan hanya karena ada gratis ongkir saja, saat saya melihat barang yang menarik bagi saya dan barang tersebut dikirim secara gratis ongkir maka saya akan segera memesannya”*⁹⁶

- c. Pembelian produk dilakukan dengan tujuan untuk menjaga penampilan

Penampilan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi individu di kehidupan sehari-hari, oleh karena itu setiap orang selalu ingin berpenampilan menarik sehingga berbagai upaya dilakukan untuk menjaga penampilan tersebut.

Menjaga penampilan dianggap sangat penting dikalangan mahasiswa, dimana mahasiswa selalu ingin tampil modis dan fashionable. Hal ini dilakukan agar

⁹⁵Yefi Julia Rizka, Wawancara, Selasa, 9 Februari 2022

⁹⁶Fenzy Efnita, Wawancara, Rabu, 10 Februari 2022

terlihat menarik dimata teman-temannya sehingga tidak jarang para mahasiswa membeli barang-barang keluaran terbaru untuk menunjang penampilan mereka sesuai dengan trend yang ada.

Menurut pernyataan dari Bety, mahasiswa Perbankan Syariah

“Baru-baru saya membeli jilbab mode terbaru, saya membeli jilbab bergo plislet berwarna navy saya membeli jilbab tersebut karena saya suka dengan jilbab tersebut dan juga banyak para mahasiswa yang memakainya”⁹⁷

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Riven Afrianshah, mahasiswa Perbankan Syariah

“Saya sering melakukan pembelian melalui online shop karena banyak produk-produk keluaran terbaru yang sedang hits saat ini, dimana kemarin saya baru saja membeli jaket zipper polos hoodie. Saya suka mengoleksi dan memakai jaket karena saya merasa lebih keren ketika memakai jaket”⁹⁸

d. Pembelian produk dilandasi oleh rasa penasaran

Produk-produk yang banyak ditawarkan di toko online sangat menarik perhatian dan minat konsumen, terutama dikalangan mahasiswa, sehingga tak jarang para mahasiswa memutuskan untuk membeli produk tersebut. Hal ini disebabkan karena mahasiswa berada

⁹⁷Bety, Wawancara, Minggu, 7 Februari 2022

⁹⁸Riven Afrianshah, Wawancara, Senin, 8 Februari 2022

pada usia muda yang cenderung memiliki rasa penasaran yang tinggi.

Rasa penasaran yang tinggi tersebut membuat para mahasiswa cenderung ingin melakukan hal-hal yang baru dan mereka tidak ragu untuk mencobanya. Biasanya mahasiswa sangat mudah terpengaruh oleh iklan, dan terpengaruh oleh perubahan serta cenderung boros. Sehingga ketika melihat suatu produk yang baru mereka memiliki rasa penasaran yang besar dan dengan cepat tertarik untuk membelinya.

Dari hasil wawancara dari Julia Ayu Widhiarti, mahasiswa Ekonomi Syariah mengatakan

“Saya membeli scarlett face serum di toko online, sebenarnya saya tidak menggunakan produk tersebut. Namun karena produk tersebut banyak muncul di sosial media dan banyak yang bilang produk tersebut bagus untuk kecantikan, jadi saya juga ingin mencoba produk tersebut”⁹⁹

Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Lita Patricia Novianty, mahasiswa Perbankan Syariah

“Sejak menggunakan online shop saya jadi lebih sering belanja, contohnya saja seperti toko online yang menjual lipbam dan mengatakan produk tersebut tahan lama sampai 8 jam. Maka saya pun tertarik untuk mencobanya dan ketika saya pakai ternyata sama saja seperti lipbam

⁹⁹Julia Ayu Widhiarti, Wawancara, Sabtu, 6 Februari 2022

yang saya punya dan saya pun tidak menggunakannya lagi"¹⁰⁰

2. Konsumsi Mahasiswa Sesuai dengan Etika Konsumsi Islam

Konsumsi merupakan aktivitas seseorang dalam menghabiskan, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup.¹⁰¹ Didalam Islam sendiri konsumsi merupakan kegiatan memenuhi kebutuhan ekonomi dengan tujuan ibadah dan memperoleh ridho Allah SWT.¹⁰² Dalam ajaran Islam kegiatan konsumsi ini tidak lepas dari nilai keimanan sebagai acuan dasar untuk melakukan kegiatan konsumsi sesuai syariat Islam. Ciri- ciri konsumsi didalam ajaran Islam adalah sebagai berikut:

a. Melakukan konsumsi sesuai kebutuhan bukan keinginan

Islam memosisikan konsumsi sebagai suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan pahala dari Allah SWT, oleh karena itu tujuan utama konsumsi bagi seorang muslim adalah masalah atas dasar kebutuhan bukan keinginan.

Namun pada kenyataannya masih banyak orang-orang khususnya para mahasiswa melakukan konsumsi

¹⁰⁰Lita Patricia Novianty, Wawancara, Rabu, 10 Februari 2022

¹⁰¹Rahmat Ilyas, "Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Persepektif Ekonomi Islam", *At-Tawassuth*, (Vol.1 No.1 2016), 153

¹⁰²Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), 98

bukan untuk memenuhi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan semata guna mencari kepuasan yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Hendri Samudra, mahasiswa Ekonomi Syariah menyatakan

“Pada awalnya saya ingin membeli sebuah celana di toko online, namun ketika melihat sebuah tas dan stocknya terbatas selain itu saya juga suka jadi pada akhirnya saya membeli tas. Padahal yang saya butuhkan adalah celana”¹⁰³

Menurut Ayu Purmana Sari, mahasiswa Ekonomi Syariah mengatakan

“Saya sering membeli baju maupun jilbab melalui online shop meskipun barang-barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan tetapi karena mode pakaian selalu berubah sehingga hal ini menyebabkan saya selalu ingin mengikuti perkembangan mode pakaian terbaru”¹⁰⁴

- b. Melakukan konsumsi secara bijak tidak boros dan mubazir

Didalam etika konsumsi Islam seorang muslim haruslah melakukan konsumsi secara bijak dan sesuai kebutuhan, oleh sebab itu perilaku konsumsi secara boros bahkan mubazir sangat bertentangan dengan etika

¹⁰³Hedri Samudra, Wawancara, Jumat, 5 Februari 2022

¹⁰⁴Ayu Purnama Sari, Wawancara, Senin, 8 Februari 2022

konsumsi Islam. Perilaku secara boros dan mubazir ini merupakan sifat yang mengsia-siakan nikmat Allah.

Bahkan seseorang yang berperilaku boros ini disamakan dengan sifat syaitan, hal karena mereka yang boros cenderung menghambur-hamburkan hartanya untuk menuruti nafsu semata dan mengikuti hawa nafsu merupakan perbuatan tercela, dimana tak jarang barang-barang yang dibeli tersebut tidak digunakan secara optimal dan hal ini menjadi mubazir.

Menurut pernyataan dari Muhammad Fadly, mahasiswa Ekonomi Syariah mengatakan

“Saya memiliki banyak pakaian yang saya beli di toko online ada beberapa pakaian yang hanya saya guna hanya sesekali atau beberapa kali saja, dan sampai saat ini pakaian tersebut tidak saya gunakan lagi sehingga hanya menjadi hiasan dilemari pakain saya”¹⁰⁵

Selanjutnya yaitu pernyataan dari Iin Julia Hardianti, mahasiswa Ekonomi Syariah mengatakan

“Setiap bulan saya selalu belanja di toko online entah itu membeli pakaian, kosmetik, jilbab, dan lain sebagainya. Saya suka belanja melalui online shop karena sangat mudah dan praktis, terkadang barang yang saya beli tersebut hanya saya gunakan beberapa kali saja”¹⁰⁶

¹⁰⁵Muhammad Fadly, Wawancara, Selasa, 9 Februari 2022

¹⁰⁶Iin Julia Hardianty, Wawancara, Kamis, 4 Februari 2022

B. Pembahasan

1. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop

Menurut James S. Coleman perilaku konsumtif merupakan suatu sikap bertindak yang tidak didasari akal rasional, dimana seseorang cenderung melakukan tindakan konsumsi tanpa batas. Konsumsi tanpa batas tersebut dilakukan dengan mengutamakan keinginan untuk mencapai kepuasan yang ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebih-lebihan.¹⁰⁷

Penggunaan aplikasi online shop sebagai media berbelanja dikalangan mahasiswa merupakan salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif. Dengan aplikasi belanja online tersebut membuat seseorang dapat melihat dan mencari berbagai produk-produk menarik sehingga hal ini mendorong seseorang untuk membeli produk yang mereka lihat.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti tentang perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop, ditemukan hasil yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tercermin dari perilaku

¹⁰⁷Iin Ratih Ningcahya & Lilik Rahmawati, "Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel)", *Al-Iqtishadiyah*, (Vol.6 No.1 2020), 56

pembelian karena adanya diskon, pembelian karena gratis ongkir, pembelian dilakukan untuk menjaga penampilan, pembelian dilakukan karena rasa penasaran.

Diskon merupakan potongan harga yang ditawarkan penjual kepada pembeli, dimana dengan adanya diskon tersebut para mahasiswa berpikir bahwa barang yang mereka beli menjadi lebih murah, namun pada kenyataannya harga barang tersebut merupakan harga normal sehingga secara tidak sadar adanya diskon tersebut menyebabkan mahasiswa menjadi belanja secara berlebihan karena mereka tidak berfokus pada kebutuhan akan barang tetapi berfokus pada diskon yang ditawarkan.

Selain itu mahasiswa juga melakukan pembelian hanya karena adanya gratis ongkir yang ditawarkan, karena banyak produk yang menawarkan gratis ongkir menyebabkan mahasiswa menjadi lebih sering belanja melalui online shop karena lebih mudah dan praktis.

Pembelian dilakukan untuk menjaga penampilan, dimana mahasiswa selalu menganggap bahwa penampilan sangat penting bagi kehidupan mereka oleh karena itu mereka selalu membeli pakaian, jilbab, kosmetik untuk menunjang penampilan mereka dan pembelian barang tersebut dilakukan dengan sangat sering dan sangat

berlebihan agar mereka selalu memakai pakaian yang berbeda supaya terlihat menarik dimata orang lain.

Rasa penasaran yang tinggi membuat mahasiswa selalu ingin mencoba hal-hal baru oleh sebab itu mereka tak ragu untuk membeli produk-produk terbaru, pembelian tanpa akal rasional ini membuat belanja mahasiswa menjadi boros karena mereka membeli tanpa melakukan pertimbangan.

2. Konsumsi Mahasiswa Sesuai dengan Etika Konsumsi Islam

Konsumsi didalam Islam dilakukan atas dasar kebutuhan bukan keinginan sehingga konsumsi tersebut tidak berlebih-lebihan dan mubazir sebagai mana dijelaskan dalam surat Al-Isra ayat 26-27

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ
وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا ۚ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ
الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku boros dan berlebih-lebihan sangat dilarang dalam Islam sehingga sikap tersebut disamakan dengan perilaku setan, dan setan sendiri adalah musuh yang nyata bagi manusia oleh karena itu seorang muslim harus dapat melakukan konsumsi secara bijak dan sesuai kebutuhan bukan keinginan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan diperoleh temuan yang menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu tidak sesuai dengan etika konsumsi Islam, dimana para mahasiswa melakukan konsumsi bukan karena kebutuhan tetapi karena keinginan, dalam hal ini mahasiswa membeli produk karena rasa suka dan tertarik pada produk tersebut bukan karena mereka membutuhkannya. Selain itu konsumsi juga dilakukan mahasiswa secara berlebih-lebihan dan tak jarang barang tersebut hanya dipakai satu kali saja sehingga menjadi mubazir. Dan hal ini sangat bertentangan dengan etika konsumsi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop tercermin dari perilaku yang menunjukkan, a. pembelian dilakukan karena adanya diskon atau potongan harga, b. pembelian dilakukan karena adanya gratis ongkir yang ditawarkan, c. pembelian produk dilakukan dengan tujuan untuk menjaga penampilan agar selalu terlihat menarik, d. pembelian produk dilandasi karena adanya rasa penasaran terhadap produk tersebut.
2. Perilaku konsumsi mahasiswa bertentangan dengan etika konsumsi Islam dimana mahasiswa melakukan konsumsi bukan sesuai kebutuhan tetapi karena keinginan, selain itu mahasiswa juga melakukan konsumsi secara berlebihan dan menyebabkan mubazir.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa pengguna online shop diharapkan untuk dapat membelanjakan uangnya secara bijak dan berusaha untuk tidak membelanjakan uangnya pada hal-hal yang tidak bermanfaat serta tidak dibutuhkan hanya karena ingin mencapai kepuasan semata.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama diharapkan untuk dapat menyempurnakan penelitian ini, karena penelitian ini masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak hanya fokus pada mahasiswa tetapi juga dapat dilakukan pada masyarakat yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Ni Kadek Devi Aprilia. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, edisi 1 vol. 9 Juni 2017, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- Alwisol. *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.
- Anwar, Rosian., Wijaya Adidarma. "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, edisi 2 vol. 14 Maret 2016, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- Astuti, Endang Dwi. "Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda". *Psikoborneo* edisi 2 vol. 1 Oktober 2013, Program Studi Psikologi Fisipol Universitas Mulawarman.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana. 2017.
- Devianty, Rina. "Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan," *Jurnal Tarbiyah*, edisi 2 vol 24 April 2017, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Doliyah, Siti Ulil Hidayati Walaf. "Go-Food dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Surakarta," *Journal of Multidisciplinary Studies*, edisi 2 vol. 2 Juni 2018, IAIN Surakarta.
- Ermawati. "Etika Konsumsi Islam dalam Impulsive Buying," *Bilancia*, edisi 15 vol. 1 Agustus 2018, IAIN Palu.

- Fatmawati, Noor. "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop," *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, edisi 1 vol. 29 Juni 2020, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fitria, Eva Melita. "Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda," *Ejournal Ilmu Komunikasi*, edisi 1 vol. 3 Mei 2015, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- Fitria, Tiara Nur. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, edisi 3 vol. 1 Maret 2017, STIE-AAS Surakarta.
- Garaika, Darmanah. *Metodologi Penelitian*. Lampung : CV. Hira Tech. 2019.
- Gumulya, Jessica., Mariyana Widiastuti. "Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul," *Jurnal Psikologi*, edisi 1 vol 11 Februari 2013, Universitas Esa Unggul.
- Habibullah, Eka Sakti . "Etika Konsumsi dalam Islam," *Jurnal Ad-Deenar*, edisi 1 vol. 1 Desember 2017, Program Studi Perbankan Syariah STAI Al Hidayah Bogor.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta : Erlangga. 2012.
- Harahap, Dedy Ansari., Dita Amanah. "Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, edisi 2 vol. 9 Agustus 2018, Universitas Negeri Jakarta.
- Haryani, Indah., Jhon Herwanto. "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk

Kosmeetik pada Mahasiswi,” *Jurnal Psikologi*, edisi 1 vol. 15 Juli 2016, Jurusan Tata Niaga Politeknik Negeri Lhokseumawe.

Idri. *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta : Prenadamedia Group. 2015.

IImy, Bachrul. *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Grafindo Media Pratama. 2008.

Ilyas, Rahmat. “Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Persepektif Ekonomi Islam,” *At-Tawassuth*, edisi 1 vol. 1 September 2017, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Isnawati. “Online Shop (Studi Kasus Budaya Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)”. Universitas Muhammadiyah Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. 2019.

Kurniawan Aris, 26 Pengertian Belajar Menurut Para Ahli Pendidikan dan Daftar Pustakanya, dikutip dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-belajar/> pada hari Jumat, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 8.41 WIB

Kusumawati, Maria Dara. “Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Niat Membeli Produk Kosmetik Impor pada Remaja Putri”. Universitas Santana Dharma Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi. 2018.

Labs Javan. “*Surat Al-Baqarah Ayat 275*”, dikutip dari <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275> pada hari Jumat, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 21.08 WIB

Laili Nadzirotul, *Perilaku Konsumen Muslim serta Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam*, dikutip dari <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp>

[/lailinadzirotul/5c67d5d5d0c112fe713e61e9d7/perilaku-konsumen-muslim-serta-etika-konsumsi-dalam-ekonomi-islam](https://lailinadzirotul/5c67d5d5d0c112fe713e61e9d7/perilaku-konsumen-muslim-serta-etika-konsumsi-dalam-ekonomi-islam) pada hari Sabtu, tanggal 18 Desember 2021, Pukul 14.24 WIB

Lestarina, Eni., dkk. “Perilaku Konsumtif dikalangan Remaja,” *Jurnal Riser Tindakan Indonesia*, edisi 2 vol. 2 Januari 2017, Indonesia Institute for Counseling, Education and Theraphy.

Lutfi, Mohammad. “Konsumsi dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam,” *Jurnal Syarie*, edisi 3 vol. 1 Januari 2019. Hukum Ekonomi Syari’ah STAI Binamadani.

Maghfuroh, Wahibatul. “Jual Beli Secara Online dalam Tinjauan Hukum Islam,” *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah*, edisi 1 vol. 2 Maret 2020, Universitas Islam Malang.

Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. 2014.

Martha, Evi, Sudarti Kresno. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press. 2016.

Maulana Syarif, *Kelebihan dan Kekurangan dari Belanja Online yang Wajib Kamu Ketahui*, dikutip dari <https://benefits.bankmandiri.co.id/article/kelebihan-dan-kekurangan-dari-belanja-online-yang-wajib-kamu-ketahui> pada hari Sabtu, tanggal 15 Januari 2022, Pukul 21.53 WIB

Melis, “Prinsip dan Batasan Konsumsi Islami,” *Islamic Banking*, edisi 1 vol.1 Agustus 2015, STEBIS IGM Palembang.

Minanda, Ade., Suharty Roslan, Dewi Anggraini. “Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari,” *Jurnal Neo Societal*, edisi 2 vol. 7 April 2018, Univeritas Halu Oleo.

- Miranda, Sofia., Evawani Elysa Lubis. “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”. *Jurnal Online Mahasiswa*, edisi 2 vol. 4 November 2019, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Murbani, Bekti. “Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”, Universitas Santana Dharma Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi. 2010.
- Muslim Risalah, *QS. Al Furqaan (Pembeda) – surah 25 ayat 67 [QS. 25:67]*, dikutip dari <https://risalahmuslim.id/quran/al-furqaan/25-67/> pada hari Minggu, tanggal 19 Desember 2021, Pukul 23.10 WIB
- Ningcahya, Iin Ratih., Lilik Rahmawati. “Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel),” *Jurnal Al-Iqtishadiyah*, edisi 2 vol. 6 Mei 2019, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.
- Pintar Kelas, *Mewujudkan Kerjasama dalam Berbagai Bidang Kehidupan*, dikutip dari <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/mewujudkan-kerjasama-dalam-berbagai-bidang-kehidupan-12613/> pada hari Minggu, tanggal 16 Januari 2022, Pukul 21.57 WIB
- Pradana, Mahir. “Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia,” *Jurnal Modus*, edisi 2 vol. 27 April 2015, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Pratiwi, Nuning Indah. “Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi,” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*,

edisi 1 vol. 1 Oktober 2017, LPPM Universitas Pendidikan Nasional

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajawali Pers. 2015.

Putry, Liestianti Surya., Hastaning Sakti. “Hubungan Antara Konformitas dengan Pengambilan Keputusan dalam Menggunakan Produk Skin Care pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro,” *Jurnal Empati*, edisi 2 vol. 4 April 2015, Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

Ratna, Ikhwani., Hidayati Nasrah, “Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau,” *Jurnal Marwah*, edisi 2 vol. 14 Juli 2015, UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 2014.

Salwa, Dina Kurnia. “Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya,” *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, edisi 1 vol. 3 Desember 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen.

Satori, Djam' an., Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. 2017.

Sinarsih., Rusdin Muhalling, Kartini. “Dropship dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari),” *Jurnal Fawaid*, edisi 1 vol. 2 Mei 2020, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Kendari.

- Sipunga, Puspita Nilawati., Amri Hana Muhammad. “Kecenderungan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Pendapat Orang Tua pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian Semarang,”. *Jurnal of Social and Industrial Psychology*, edisi 1 vol. 3 September 2014, Universitas Negeri Semarang.
- Sitepu, Novi Inddriyani. “Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia,” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, edisi 2 vol. 3 Maret 2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syiah Kuala.
- Subagio. “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, edisi 3 vol. 3 Januari 2019, LPP Mandala.
- Suharman. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up di Kota Malang,” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, edisi 3 vol. 7 Maret 2019, Universitas Sam Ratulangi.
- Sutopo,Ariesto Hadi., Adrius Arief. *Terampil Mengelola Data Kualitatif dengan Nvivo*.Jakarta : Kencana. 2010.
- Thabroni Gamal, *Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, dikutip dari <http://serupa.id/teknik-analisis-data-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/> pada hari Selasa, tanggal 14 Desember, Pukul 00.43 WIB
- Towoliu, Juli E.S., Willem J.F.A Tumbuan. “Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut Manado”. *Jurnal EMBA*, edisi 2 vol. 5 Juli 2017, Universitas Sam Ratulangi.
- Triningtyas, Diana Ariswanti &Tita Maela Margawati. “Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap

Online Shopping pada Remaja”. *Jurnal Kependidikan*, edisi 1 vol. 5 Februari 2020, LPPM Universitas Pendidikan Mandalika.

Uno, Hamzah B. *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2016.

Utama Christantio, *Awas Terjebak! Ini Keuntungan dan Kerugian Belanja*, dikutip dari <https://lifepal.co.id/media/keuntungan-dan-kerugian-belanja-online/> pada hari Sabtu, tanggal 15 Januari 2022, Pukul 22.38 WIB

L
A
M
P
I
R
A
N

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Delia Tiara Zahira



Wawancara dengan Fenzy Efnita



Wawancara dengan Muhammad Fadly



Wawancara dengan Bety



Wawancara dengan Lita Patricia Novianty



Wawancara dengan Tinti Tri Handayani

**PROFIL INFORMAN PENELITIAN
MAHASISWA FEBI SEMESTER 7 PERIODE 2018/2019
UINFAS BENGKULU**

NO	NAMA	NIM	JENIS KELAMIN	USIA
1.	Astika Wulan Sari	1811130012	Perempuan	22 Tahun
2.	Ayu Purnama Sari	1811130065	Perempuan	22 Tahun
3.	Bety	1811140089	Perempuan	21 Tahun
4.	Camelia Hasanah	1811130022	Perempuan	21 Tahun
5.	Delia Tiara Zahira	1811130001	Perempuan	21 Tahun
6.	Desi Nopita Sari	1811130032	Perempuan	21 Tahun
7.	Dewi Marhanany	1811130019	Perempuan	22 Tahun
8.	Eca Nupita Sari	1811130024	Perempuan	21 Tahun
9.	Emilia Kusnita	1811130182	Perempuan	22 Tahun
10.	Exa Ladeka Stiadi	1811140212	Laki-laki	21 Tahun
11.	Fenny Dhitya Widiana	1811130006	Perempuan	23 Tahun
12.	Fenzy Efnita	1811130011	Perempuan	22 Tahun

13.	Hendri Samudra	1811130017	Laki-laki	21 Tahun
14.	Heryunda Afista	1811130174	Perempuan	22 Tahun
15.	Iin Julia hardianti	1811130013	Perempuan	21 Tahun
16.	Julia Ayu Widhiarti	1811130014	Perempuan	21 Tahun
17.	Katon Nur Cahyo	1811130193	Laki-laki	23 Tahun
18.	Linda Masriyanti	1811130030	Perempuan	21 Tahun
19.	Lita Patricia Novianty	1811140048	Perempuan	22 Tahun
20.	M. Rafli Firmansyah	1811130053	Laki-laki	21 Tahun
21.	Muhammad Fadly	1811130194	Laki-laki	22 Tahun
22.	Nola Tri Febilia	1811130010	Perempuan	21 Tahun
23.	Rani Handani	1811130033	Perempuan	22 Tahun
24.	Riven Afrianshah	1811140217	Laki-laki	22 Tahun
25.	Rukiyan	1811130028	Laki-laki	21 Tahun
26.	Suci Lia Agata	1811130018	Perempuan	21 Tahun
27.	Tinti Tri	1811130003	Perempuan	21 Tahun

	Handayani			
28.	Tri Wahyuni	1811130021	Perempuan	22 Tahun
29.	Yefi Juliarizka	1811130025	Perempuan	22 Tahun
30.	Yetmi Kusnita	1811130007	Perempuan	21 Tahun

Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop
Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam

Responden yang terhormat,

Terima kasih atas waktu yang Anda berikan untuk menjawab kuesioner ini. Kuesioner penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perilaku konsumtif mahasiswa akibat penggunaan online shop dalam berbelanja.

Nama : Novi Winda Sari
NIM : 1811130015
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saya hendak melakukan penelitian dengan judul "Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam". Untuk itu saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i agar sudi kiranya meluangkan waktunya untuk mengisi angket ini. Tidak ada jawaban benar dan salah dalam kuesioner ini, sehingga Saudara/i diminta untuk mengisi dengan yang paling sesuai dengan diri Saudara/i alami.
Data yang diambil akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediannya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,



Novi Winda Sari

(Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

Profil Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 17 – 18 Tahun
 - b. 19 – 20 Tahun
 - c. 21 – 22 Tahun
 - d. 23 – 24 Tahun
 - e. > 24 Tahun
4. Semester :
 - a. Satu
 - b. Tiga
 - c. Lima
 - d. Tujuh
 - e. Sembilan
 - f. Lain-lain (sebutkan)

Petunjuk Pengisian

- Responden dimohon mengisi kolom profil responden sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner
- Responden diminta untuk menjawab pertanyaan terbuka dengan menggunakan kata-kata yang dapat dipahami

Daftar Pertanyaan disusun dari indikator menurut Sumanto dan Djabar dalam jurnal Endang Dwi Astuti, "Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda", *Psikoborneo*, (Vol.1 No.2 2013), 81

1. Pertanyaan: Apakah anda membeli barang karena diberikan hadiah sebagai bonus atas pembelian barang tersebut, misal membeli barang A gratis Barang B?

Jawaban:.....
.....

2. Pertanyaan: Apakah kemasan atau bungkus atau Packing dari suatu barang menjadi pertimbangan anda dalam membeli suatu barang ?

Jawaban:.....

3. Pertanyaan: Pernahkan anda membeli barang karena anda merasa bila memiliki barang tersebut anda lebih percaya diri?

Jawaban:.....

4. Pertanyaan: Pernahkah anda membeli barang karena ingin terlihat mewah?

Jawaban:.....

5. Pertanyaan: Adakah barang yang anda beli karena barang tersebut mencirikan status sosial anda?

Jawaban:.....

6. Pertanyaan: Apakah menurut anda, anda membeli barang melihat dulu siapa bintang iklanya atau anda membeli barang karena anda suka pada bintang iklanya?

Jawaban:.....

7. Pertanyaan: Apakah barang yang mahal meningkatkan kepercayaan diri anda?

Jawaban:.....

8. Pertanyaan: Apakah anda pernah membeli barang karena rasa penasaran dengan fungsi barang tersebut?

Jawaban:.....

Menyetujui,
Pembimbing I



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014

Pembimbing II



Andi Harpepen, M.Kom
NIDN. 2014128401



PUSAT STUDI PENDIDIKAN RAKYAT (PUSDIKRA)

Jl. Willem Iskandar No. K-2/22, Pos: 20222, Medan
Telp. 082360501584 Website: <http://www.pusdikra-publishing.com>
E-mail: pusdikra@gmail.com

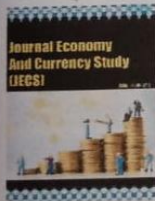
Date: 23 April 2022

LETTER OF ACCEPTANCE (LOA)

We are pleased to inform you that your paper entitled : has been accepted for publication at the open access and blind peer-reviewed to be published in volume 4 no 2 2022.

Title : Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam
Novi Winda Sari
Name : Eka Sri Wahyuni
Andi Harpepen
E-mail : nwinda811@gmail.com
Institution : UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, Indonesia

Link Journal in Pusdikra Publihing :
<http://pusdikra-publishing.com/>
<http://pusdikra-publishing.com/index.php/jecs>



Editor in chief



Muhammad Fuad Zaini, M. Pd



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telp/pon (0736) 51276-51171-
51172 - Faksimil (0736) 51171-51172

Website: www.uin3abengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No. 03/SKLP-FEBI/03/04/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah Menerangkan bahwa:

Nama	Novi Winda Sari
NIM	1811130015
Program Studi	Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir	Jurnal
Judul Tugas Akhir	Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam
Similarity Index	12%
Status	Lulus

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah

Herlina Yustati, MA, F.b
NIP. 198505222019032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Novi Winda Sari Program Studi : Ekonomi Syariah
NIM : 1811130015 Pembimbing I : Eka Sri Wahyuni, S.E.,M.M

Judul TA : Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop
Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam

No	Hari/Tgl	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Senin, 03 Januari 2022	BAB I	Berikan gambaran terkait isu-isu maupun fenomena yang akan dibahas dalam penelitian	
2	Rabu, 13 Januari 2022	BAB II- BAB III	Perbanyak referensi dan perbaiki tulisan sesuaikan dengan pedoman skripsi	
3.	Senin, 24 Januari 2022	Pedoman wawancara	Acc	
4.	Senin, 28 Maret 2022	BAB IV	Perbaiki pembahasan sesuaikan dengan jawaban dalam rumusan masalah	
5.	Senin, 04 April 2022	BAB V	Perbaiki kesimpulan sesuaikan dengan pembahasan	
6.	Rabu, 06 April 2022	BAB I- BAB V	Acc	

Bengkulu, April 2022
Pembimbing I

Eka Sri Wahyuni, S.E.,M.M
NIP.197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Pahlawan 1 Jalan Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0738) 51270-51171-51172 - Faksimili (0738) 51171-51172
Website www.uin-fatmawati-bku.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN JURNAL

Nama Mahasiswa : Nuci Winda Sari
NIM : 1811130015
Judul Jurnal : Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing II : Andi Harpepo, M.Kom

No	Hari/Tgl	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Kamis, 15 Desember 2021	BAB I & BAB II	Rumusan masalah disesuaikan dengan pembahasan serta tambahkan kajian teori	f
2	Senin, 20 Desember 2021	BAB III	Perelas tujuan sistematika metode penelitian	f
3	Rabu, 22 Desember 2021	BAB III	Ace lanjut ke pembimbing I	f
4	Kamis, 03 Maret 2022	BAB IV	Hasil dan pembahasan disesuaikan berdasarkan rumusan masalah	f
5	Kamis, 10 maret 2022	BAB V	Kesimpulan disesuaikan berdasarkan hasil pembahasan	f
6	Selasa, 15 maret 2022	BAB V	Ace lanjut ke pembimbing I	f

Bengkulu, 15 Maret 2022
Pembimbing II

Andi Harpepo, M.Kom
NIDN. 2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

Nomor : 0157/Un.23/F.IV/PP.00.9/01/2022
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian.

Bengkulu, 26 Januari 2022

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UINFAS Bengkulu.

di-
Bengkulu

Assalamu'alaikumWr.Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun
Akademik 2021/2022 atas nama :

Nama : Novi Winda Sari

NIM : 1811130015

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi
data penulisan skripsi yang berjudul : Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa
Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam.

Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu.
Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Parden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172; Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

0240/Un.23/F.IV.1/PP.00.9/2/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menerangkan bahwa:

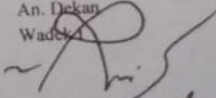
Nama : Novi Winda Sari
NIM : 1811130015
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Ekonomi Syariah

Benar telah melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Judul Penelitian : "Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan *Online Shop* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam"
Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Objek Penelitian : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Waktu Penelitian : 04 Februari 2022 s.d 10 Februari 2022

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 14 Februari 2022
Wassalam,
An. Dekan
Wadek


Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu akibat penggunaan online shop dan apakah perilaku konsumsi mahasiswa sesuai etika konsumsi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu berupa penjabaran atau gambaran dalam bentuk tulisan yang dideskripsikan berdasarkan hasil penelitian. Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tercermin dari perilaku pembelian karena adanya diskon yang ditawarkan, pembelian karena adanya gratis ongkir, pembelian dilakukan bertujuan untuk menjaga penampilan, dan pembelian dilakukan karena rasa penasaran. Perilaku konsumsi mahasiswa tidak sesuai dengan etika konsumsi Islam dimana mahasiswa melakukan konsumsi karena keinginan semata dan konsumsi dilakukan secara boros bahkan mubazir



