

PERILAKU BELANJA ONLINE MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM MAKASSAR PADA PLATFORM E-COMMERCE PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Zahrani Fahri¹, Muammar Mukhtar²

¹Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

²Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

Article History:

Received: 05/07. 2026

Revised: 10/07, 2026

Accepted: 16/07, 2026

Available online 17/07, 2026

*Correspondence:

Address:

Jl. Kerukunan timur BTP, blok H lama
Makassar, Sulawesi Selatan

Email:

zhranifahri04@gmail.com

Abstract :

This study aims to analyze the online shopping behavior of students of the Faculty of Islamic Studies at Universitas Islam Makassar on e-commerce platforms and examine it from an Islamic economics perspective. In addition, this research seeks to identify the application of Islamic economic principles in managing students' expenditures and to formulate solutions to reduce wasteful behavior (israf). This study employs a qualitative approach with a descriptive method, using data collection techniques such as questionnaires, interviews, and documentation. The results show that students' online shopping behavior is highly dynamic and influenced by technological convenience, digital promotions, and lifestyle factors. On the one hand, online shopping provides ease and efficiency; on the other hand, it encourages consumptive behavior and impulsive buying, which can lead to wastefulness. The application of Islamic economic principles such as justice (al-'adl), public benefit (maṣlaḥah), and trustworthiness (amanah) in managing students' finances is still not optimal. This is reflected in the tendency of students to prioritize wants over needs and their lack of self-control. The study finds that Islamic economics-based solutions, such as improving Islamic financial literacy, implementing the principle of qana'ah (contentment), and strengthening self-control, are effective in reducing wasteful behavior. Furthermore, the application of maqāṣid al-sharī'ah, particularly in preserving wealth (ḥifẓ al-māl), can guide students toward more responsible consumption decisions. Therefore, continuous educational efforts and institutional support are needed to foster consumption behavior aligned with Islamic values..

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku belanja online mahasiswa Fakultas Studi Islam di Universitas Islam Makassar pada platform e-commerce dan meninjaunya dari perspektif ekonomi Islam. Selain itu, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam mengelola pengeluaran mahasiswa dan merumuskan solusi untuk mengurangi perilaku boros (israf). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku belanja online mahasiswa sangat dinamis dan dipengaruhi oleh kemudahan teknologi, promosi digital, dan faktor gaya hidup. Di satu sisi, belanja online memberikan kemudahan dan efisiensi; di sisi lain, hal ini mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, yang dapat menyebabkan pemborosan. Penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti keadilan (al-'adl), kemaslahatan (maṣlaḥah), dan kepercayaan (amanah) dalam mengelola keuangan mahasiswa masih belum optimal. Hal ini tercermin dari kecenderungan mahasiswa untuk memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan dan kurangnya pengendalian diri. Penelitian menemukan bahwa solusi berbasis ekonomi Islam, seperti meningkatkan literasi keuangan Islam, menerapkan prinsip

qana'ah (kepuasan), dan memperkuat pengendalian diri, efektif dalam mengurangi perilaku boros. Selain itu, penerapan maqāṣid al-sharī'ah, khususnya dalam memelihara harta (hifz al-māl), dapat membimbing mahasiswa menuju keputusan konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Oleh karena itu, upaya edukasi yang berkelanjutan dan dukungan institusi diperlukan untuk menumbuhkan perilaku konsumsi yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci:

Perilaku belanja online, mahasiswa, e-commerce, ekonomi Islam, israf)

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah dalam perilaku konsumsi masyarakat. Kemajuan teknologi dan internet menjadikan transaksi jual beli semakin mudah diakses melalui berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, hingga TikTok Shop. Fenomena belanja online kini tidak hanya menjadi gaya hidup, tetapi telah menjadi bagian dari kebiasaan harian, termasuk di kalangan mahasiswa.

Perkembangan teknologi digital dan maraknya platform e-commerce telah mengubah perilaku konsumen secara global, termasuk di kalangan mahasiswa yang menjadi segmen potensial dalam pasar digital. Mahasiswa kini tidak hanya menggunakan e-commerce untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk memenuhi gaya hidup, hiburan, dan tren sosial. (Ranos, 2022) Namun, meskipun penelitian mengenai perilaku belanja online telah banyak dilakukan, masih terdapat *gap fenomenal* yang penting untuk dikaji lebih lanjut.

Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menekankan pada faktor-faktor seperti kepercayaan (*trust*), kemudahan (*ease of use*), dan persepsi risiko (*perceived risk*) dalam mempengaruhi niat beli (*purchase intention*), namun belum banyak yang mengeksplorasi hubungan antara niat dan perilaku aktual pembelian (*intention-behavior gap*) pada mahasiswa sebagai konsumen digital. Selain itu, sebagian besar studi masih bersifat potret sesaat (*cross-sectional*) dan berfokus pada konteks negara maju, sehingga belum mampu menggambarkan dinamika perilaku mahasiswa di negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan digital yang berbeda.

Saat ini, mahasiswa tidak bisa terlepas dari internet, keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan internet menyebabkan mahasiswa dapat menggunakan berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh internet, salah satunya adalah aplikasi belanja online. Belanja online dapat mempermudah mahasiswa sehingga mahasiswa tidak perlu lagi membuang-buang waktu untuk pergi ke toko. Fakultas Agama Islam merupakan salah satu fakultas di lingkungan universitas Islam Makassar yang bertugas melakukan pendidikan, penelitian, pengabdian dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam ilmu-ilmu Agama Ekonomi dan Bisnis Islam. E-commerce menjadi alternatif bisnis era moderen yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen (saputra, 2024).

Secara global, transformasi digital telah mendorong pertumbuhan e-commerce yang sangat pesat, termasuk di sektor pendidikan tinggi di mana mahasiswa menjadi kelompok pengguna aktif platform belanja daring. Fenomena ini tidak hanya mengubah cara mahasiswa membeli produk, tetapi juga mempengaruhi pola konsumsi, nilai sosial, dan keputusan ekonomi mereka. Telah banyak dilakukan di berbagai negara maju seperti Amerika Serikat, Tiongkok, dan negara-negara Eropa, masih terdapat *gap fenomenal* dalam literatur global. Sebagian besar studi hanya menyoroti faktor-faktor tradisional seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kualitas layanan, tanpa mempertimbangkan perubahan perilaku akibat kemunculan teknologi baru seperti *artificial intelligence*, *live commerce*, dan

sistem rekomendasi berbasis algoritma yang kini membentuk pola konsumsi generasi muda secara signifikan.

Revolusi digital yang merupakan kelanjutan dari revolusi industri keempat telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran dan perilaku konsumen. Perkembangan teknologi seperti internet, media sosial, dan kecerdasan buatan telah mendorong pergeseran dari model pemasaran tradisional menuju pemasaran digital. Dalam era ini, konsumen tidak lagi menjadi pihak pasif, melainkan aktif dalam mencari informasi, memberikan ulasan, hingga memengaruhi keputusan konsumen lainnya. Konsumen kini memiliki kekuatan untuk memilih dan merekomendasikan produk melalui komunitas virtual dan jejaring sosial yang membentuk referensi sosial baru (Shabrina, 2019).

Mahasiswa sebagai generasi muda yang adaptif terhadap teknologi sangat mudah terpengaruh oleh iklan digital, media sosial, promosi diskon, dan tren konsumsi yang berkembang cepat. Tanpa perencanaan keuangan yang matang, banyak mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif untuk barang-barang yang sebenarnya bukan kebutuhan pokok. Perilaku ini mencerminkan adanya kecenderungan konsumtif yang berlebihan, yang dalam ekonomi Islam dikategorikan sebagai israf. Berbagai studi menunjukkan bahwa perilaku belanja online mahasiswa saat ini banyak dipengaruhi oleh tekanan sosial dan tren gaya hidup digital. Sahnun, Ismail, dan Al-Ayyubi (2023) mencatat bahwa mahasiswa sering kali membeli produk secara emosional tanpa pertimbangan rasional (Muhammad Sahnun, 2023).

Perilaku Israf atau pemborosan merupakan perilaku berlebihan dalam membelanjakan harta yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang seharusnya. Islam secara eksplisit melarang pemborosan dalam segala bentuk, sebagaimana disebutkan dalam Q.S:7:31, yaitu:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ اٰمْرَكَ زَيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahan: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Fenomena ini semakin diperkuat oleh tren belanja online di kalangan generasi muda, terutama mahasiswa, yang lebih akrab dengan teknologi dan menginginkan segala sesuatu yang serba cepat dan praktis. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi online, seperti tingkat kepercayaan terhadap platform, keamanan data, kualitas produk, serta pelayanan purna jual. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana perilaku belanja online terbentuk dan berkembang, agar pelaku usaha dan pemangku kebijakan dapat menyusun strategi yang tepat dalam menghadapi perubahan pola konsumsi di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika perilaku belanja online di Indonesia serta implikasinya terhadap pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan berkelanjutan. (Harahap, 2018)

Undang-undang ini mengatur bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Hal ini menjadi sangat penting dalam konteks belanja online, mengingat mahasiswa sebagai konsumen muslim wajib memperhatikan kehalalan produk yang dibeli melalui e-commerce agar sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

Fadhilah dan Abadi (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa minimnya pemahaman mahasiswa mengenai literasi keuangan berkontribusi pada memburuknya kebiasaan konsumsi mereka, terlebih lagi dengan hadirnya layanan keuangan digital seperti

fitur *paylater* yang semakin memudahkan transaksi. Mahasiswa dengan pengetahuan yang terbatas terkait pengelolaan keuangan cenderung lebih rentan terlibat dalam perilaku konsumtif.

Meskipun secara statistik penggunaan *paylater* tidak memberikan pengaruh yang signifikan, namun tetap memiliki potensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan kemampuan mengendalikan diri. Penelitian ini juga menemukan bahwa gaya hidup modern yang lekat dengan tuntutan mengikuti tren memiliki pengaruh nyata terhadap meningkatnya konsumsi yang tidak perlu di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, kombinasi dari rendahnya literasi keuangan, pengaruh gaya hidup konsumtif, dan kemudahan dalam melakukan pembelian secara digital menjadikan mahasiswa kelompok yang rawan terhadap masalah keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan edukasi terkait literasi keuangan serta pengembangan kontrol diri agar mahasiswa mampu mengambil keputusan finansial yang bijaksana dan menghindari kebiasaan konsumsi yang berlebihan. (Doty Risanti, 2022)

Mereka tidak hanya berisiko memboroskan uang, tetapi juga dapat terjebak dalam utang konsumtif yang tidak produktif, yaitu utang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan non-prioritas atau keinginan sesaat tanpa memberikan nilai tambah jangka panjang. Utang semacam ini berpotensi menimbulkan siklus finansial yang buruk, di mana mahasiswa terus bergantung pada fasilitas kredit seperti *paylater* atau pinjaman online demi memenuhi gaya hidup konsumtif, yang pada akhirnya justru memperparah ketidakstabilan ekonomi pribadi mereka.

Pemborosan di kalangan mahasiswa tidak bisa dianggap sepele karena dapat memicu berbagai konsekuensi negatif, seperti ketidakseimbangan finansial yang membuat mahasiswa kesulitan memenuhi kebutuhan pokoknya, termasuk biaya pendidikan. Selain itu, tekanan akibat masalah keuangan ini bisa berdampak langsung pada penurunan konsentrasi dan produktivitas akademik. Dalam jangka panjang, stres yang ditimbulkan oleh beban utang dan gaya hidup yang tidak terkendali bisa menimbulkan gangguan psikologis seperti kecemasan, kelelahan mental, dan bahkan depresi. Hal ini menjadi ironi besar mengingat mahasiswa adalah generasi penerus bangsa yang seharusnya menjadi pelopor dalam menjalani kehidupan yang seimbang, sederhana, dan bertanggung jawab, baik secara finansial maupun moral dan spiritual. (Melinda, 2021)

Fenomena konsumtif yang semakin dianggap wajar di kalangan mahasiswa mencerminkan pergeseran nilai dalam masyarakat, di mana pengeluaran berlebihan dan pembelian impulsif menjadi bagian dari budaya konsumsi modern. Padahal, dalam perspektif ekonomi Islam, setiap pengeluaran seharusnya dilandasi oleh pertimbangan kebermanfaatannya (*maslahah*), tingkat urgensinya (*dharuriyat*, *hajiyyat*, *tahsiniyat*), serta dampak sosial dan spiritualnya terhadap individu maupun lingkungan sekitar. Islam mengajarkan bahwa konsumsi tidak boleh melampaui batas, dan bahwa harta adalah amanah yang harus dikelola dengan bijak dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa tidak hanya dibekali dengan pengetahuan teknis tentang literasi keuangan, tetapi juga dengan pemahaman nilai-nilai etika dan spiritual dalam mengelola keuangan sebagai bagian dari pembentukan karakter yang utuh. (M.Nur, 2020)

Untuk mengatasi pemborosan (*israf*) di kalangan mahasiswa dalam berbelanja online, beberapa solusi dari perspektif ekonomi syariah bisa diterapkan agar mahasiswa lebih bijak dalam pengeluarannya. Pertama, sangat penting untuk meningkatkan literasi ekonomi Islam di kalangan mahasiswa. Dengan memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti larangan terhadap pemborosan dan konsumsi berlebihan, mahasiswa dapat belajar mengelola pengeluaran mereka dengan bijak. Dalam ekonomi syariah, pengeluaran harus dipertimbangkan dengan hati-hati, agar tidak terjadi pemborosan yang tidak bermanfaat.

Salah satu prinsip utama dalam ekonomi Islam adalah keseimbangan, di mana pengeluaran harus sesuai dengan pendapatan dan tidak berlebihan. Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tentang ekonomi syariah bisa membantu mahasiswa lebih selektif dalam pengeluaran mereka, terutama dalam berbelanja online yang sering memicu perilaku impulsif. (Nurul Afrilia, 2024)

Selain itu, mahasiswa juga harus diajarkan cara bertransaksi dengan baik, yaitu adil, jujur, dan transparan dalam berbelanja online. Kampus dapat menyediakan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, yang tidak hanya mengajarkan cara mengatur uang, tetapi juga etika berbelanja. Dengan pemahaman ini, mahasiswa dapat lebih bijak dalam menggunakan layanan seperti *paylater* atau cicilan online yang sering kali menimbulkan utang konsumtif jika tidak dikelola dengan baik. (Fahima, 2024)

Untuk menjawab kekosongan teori dan celah penelitian yang masih ada dalam kajian perilaku belanja online mahasiswa, pendekatan penelitian kualitatif menawarkan solusi baru yang lebih mendalam dan kontekstual. Sebagian besar penelitian terdahulu bersifat kuantitatif dengan fokus pada pengukuran variabel-variabel seperti kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan niat beli, namun belum mampu menggambarkan secara komprehensif makna subjektif, pengalaman nyata, serta dinamika sosial dan psikologis yang melatarbelakangi keputusan belanja mahasiswa. (Creswell, 2024)

Dengan memahami narasi dan pengalaman langsung mahasiswa, penelitian kualitatif berpotensi memperkaya teori perilaku konsumen yang selama ini bersifat normatif dan kuantitatif, serta menghasilkan model konseptual baru yang lebih relevan dengan konteks generasi digital dan dinamika e-commerce masa kini. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor unik yang muncul dari konteks sosial-budaya lokal yang sering terabaikan dalam studi global, sehingga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan teori perilaku belanja online yang lebih holistik dan aplikatif. (al., 2024)

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis perilaku belanja online mahasiswa dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian dilaksanakan di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Makassar dengan subjek penelitian yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan platform e-commerce.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur frekuensi belanja, pola pengeluaran, serta tingkat pemahaman terhadap prinsip ekonomi syariah. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi lebih mendalam terkait motivasi, persepsi, dan pengalaman mahasiswa dalam berbelanja online. Data pendukung diperoleh melalui dokumentasi dan studi literatur.

Teknik analisis data menggunakan analisis tematik yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada identifikasi tema-tema utama seperti perilaku konsumtif, pembelian impulsif, serta penerapan nilai-nilai ekonomi syariah seperti *qana'ah*, amanah, dan *hifz al-māl*. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode serta melakukan member check kepada informan.

Metode ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perilaku konsumsi mahasiswa serta relevansi penerapan prinsip ekonomi syariah dalam mengurangi perilaku pemborosan dalam belanja online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Universitas Islam Makassar (UIM) adalah salah satu perguruan tinggi swasta berbasis Islam yang berada di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. UIM dikenal sebagai institusi pendidikan tinggi yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan, teknologi, dan nilai-nilai keislaman dalam proses pembelajaran dan pengembangan akademik.

Universitas Islam Makassar didirikan oleh Yayasan Perguruan Tinggi Al-Gazali Makassar dan secara historis berkembang dari lembaga pendidikan tinggi Islam yang bertujuan mencetak sumber daya manusia yang berakhlak mulia, berwawasan keislaman, serta memiliki kompetensi akademik dan profesional. Universitas Islam Makassar terdiri dari 8 fakultas, salah satunya merupakan fakultas agama Islam.

Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Islam Makassar merupakan salah satu fakultas inti yang berperan penting dalam mewujudkan visi UIM sebagai perguruan tinggi yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan ilmu pengetahuan dan pengabdian kepada masyarakat. FAI menjadi wadah pengembangan keilmuan Islam yang berorientasi pada pembentukan lulusan yang beriman, berakhlak mulia, serta memiliki kompetensi akademik dan profesional.

Berdasarkan kondisi tersebut, fakultas agama Islam Universitas Islam Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki relevansi yang kuat dengan fokus kajian, fakultas agama Islam mengintegrasikan setiap mahasiswa agar cakap dalam teknologi sehingga tetap mengikuti perkembangan zaman. Salah satu dari dampak kecakapan dalam memanfaatkan teknologi yaitu, sebagian besar dari mahasiswa kini melakukan segala aktifitas harian menggunakan internet, seperti bersosialisasi, mengerjakan tugas, dan juga berbelanja. Keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan internet menyebabkan mahasiswa dapat menggunakan berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh internet, salah satunya adalah aplikasi belanja online. Belanja online dapat mempermudah mahasiswa sehingga mahasiswa tidak perlu lagi membuang-buang waktu untuk pergi ke toko.

Dibalik kemudahan dalam berbelanja online, mahasiswa kemudian terlena dengan kemudahan tersebut sehingga menimbulkan perilaku boros dalam mengakses online shop, sebagian besar dari mahasiswa fakultas agama Islam kini menjadikan online shop sebagai bagian dari life style mereka, maraknya karakteristik mahasiswa yang melakukan online shop secara berlebihan sehingga menjadikan fakultas ini sebagai lokasi yang tepat untuk menganalisis perilaku belanja online mahasiswa tersebut sehingga dapat menanggulangi perilaku pemborosan mahasiswa dalam berbelanja online, berdasarkan pendekatan dan nilai-nilai yang diajarkan dalam ekonomi syariah.

Perilaku belanja online mahasiswa pada platform e-commerce dilihat dari perspektif ekonomi syariah

Tinjauan Teoritis Perilaku Belanja Online

Perilaku belanja online merupakan perilaku suatu individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan mereka dalam konteks digital, perilaku ini berubah seiring dengan perkembangan teknologi, salah satunya melalui belanja online. Akan tetapi terdapat terdapat perilaku menyimpang di kalangan muda-mudi saat melakukan pembelanjaan

daring (dalam jaringan) salah satunya yaitu munculnya sifat boros yang tidak bisa membedakan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Anak muda atau mahasiswa sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi biasanya melakukan pembelanjaan online dimanapun dan kapanpun, sehingga menimbulkan sifat *israf* (boros).

Selain faktor teknologi dan kepercayaan, perilaku belanja online mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis. Pengaruh teman sebaya, tren di media sosial, serta promosi seperti diskon dan gratis ongkir dapat mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Dari sisi psikologis, kondisi emosional seperti stres akademik atau keinginan untuk memperoleh kepuasan sesaat juga dapat memicu perilaku konsumtif dalam belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku belanja online mahasiswa tidak semata-mata rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh dorongan emosional.

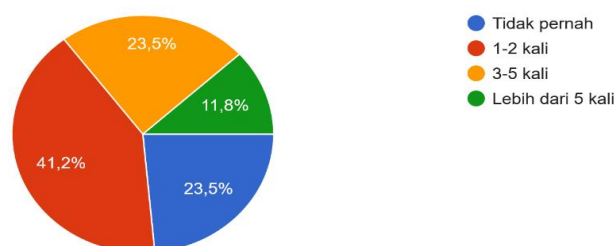
hasil penelitian perilaku belanja online mahasiswa pada platform E-commerce

Pasar E-commerce di Indonesia bisa dibilang sangat dinamis terutama di kalangan mahasiswa, karena mahasiswa merupakan kelompok konsumen yang melek teknologi, adaptif terhadap tren baru, dan memiliki gaya hidup digital yang kuat. Mahasiswa terbiasa menggunakan smartphone dan media sosial, sehingga mudah terpengaruh oleh promosi online, influencer, serta tren yang sedang viral. Selain itu, keterbatasan anggaran membuat mahasiswa sangat responsif terhadap diskon, cashback, dan promo gratis ongkir, yang sering ditawarkan oleh platform E-commerce. Pola kebutuhan mahasiswa yang beragam, mulai dari kebutuhan akademik, fashion, makanan, hingga hiburan, juga mendorong frekuensi transaksi yang tinggi. Kemudahan akses teknologilah yang menjadikan pasar E-commerce di kalangan mahasiswa sangat dinamis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa aktif universitas Islam Makassar pada tanggal 30 Januari 2026 tepatnya di pelataran fakultas agama Islam Universitas Islam Makassar. Diketahui bahwa perilaku belanja online mahasiswa pada berbagai platform E-commerce menuai pro dan kontra, beberapa mahasiswa mengatakan pembelanjaan online merupakan situs yang mempermudah dan merupakan hal yang lumrah dimana semua hal harus disesuaikan agar mudah dan praktis sebagaimana belanja online pada berbagai platform E-commerce yang tersedia, seperti melakukan pembelanjaan paket internet via Mbanking, melakukan belanja pakaian, makanan, dan alat elektronik via platform Shopee, TikTok Shop, Tokopedia, yang sudah pasti menjual barang tersebut dan menyediakan garansi sebagaimana yang juga dilakukan toko offline.

Seberapa sering Anda berbelanja online dalam 1 bulan terakhir?

17 jawaban



Berdasarkan dari hasil diagram diatas menunjukkan frekuensi belanja online responden dalam satu bulan terakhir dengan total 17 jawaban. Mayoritas responden berada pada kategori berbelanja sebanyak 1–2 kali dalam sebulan, yaitu sebesar 41,2%. Selanjutnya, terdapat dua kategori dengan persentase yang sama, yaitu responden yang tidak pernah berbelanja online dan yang berbelanja sebanyak 3–5 kali, masing-masing sebesar 23,5%. Sementara itu, responden yang berbelanja lebih dari 5 kali dalam sebulan memiliki persentase paling kecil, yaitu 11,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung melakukan belanja online dalam frekuensi rendah hingga sedang, dan hanya sebagian kecil yang memiliki intensitas belanja online yang tinggi.

Jenis barang yang paling sering dibeli
17 jawaban

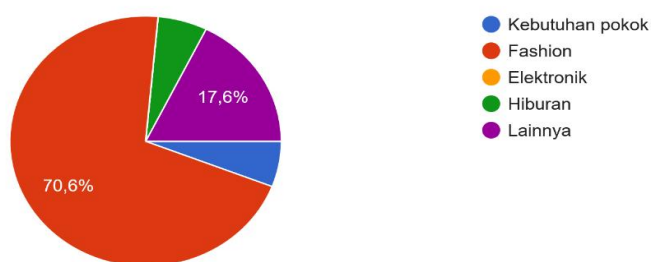


Diagram diatas menunjukkan jenis barang yang paling sering dibeli oleh responden dalam aktivitas belanja online berdasarkan 17 jawaban. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden paling sering membeli produk kategori fashion dengan persentase sebesar 70,6%. Selanjutnya, kategori “Lainnya” menempati posisi kedua dengan persentase 17,6%. Sementara itu, kategori kebutuhan pokok dan hiburan masing-masing memiliki persentase yang relatif kecil, yaitu sekitar 5,9%, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori elektronik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa produk fashion menjadi pilihan utama responden dalam berbelanja online, yang kemungkinan dipengaruhi oleh tren, variasi produk yang beragam, serta kemudahan akses dalam platform digital. Di sisi lain, rendahnya pembelian pada kategori kebutuhan pokok, hiburan, dan elektronik menunjukkan bahwa responden cenderung lebih selektif atau memiliki preferensi tertentu terhadap jenis barang yang dibeli secara online. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku belanja online responden lebih didominasi oleh konsumsi produk non-primer, khususnya pada kategori fashion.

Akan tetapi tidak sedikit dari mahasiswa yang justru kontra dengan belanja online tersebut. Karna dibalik kemudahannya ternyata belanja online justru menyimpan ketimpangan yang mengakibatkan sulitnya mengontrol pengeluaran sehingga melakukan pembelian yang tergolong tidak berguna (impulsif buying). Adanya kemudahan dalam melakukan pembelanjaan secara daring (dalam jaringan) biasanya menyebabkan mahasiswa tanpa sadar melakukan pembelian online secara terus menerus, mahasiswa kerap kali membeli barang yang tidak termaksud kebutuhan primer maupun sekunder, dan setelah terjadinya proses transaksi online, mereka kemudian merasa menyesal, akan tetapi tetapi tetap mengulangi kebiasaan tersebut dihari berikutnya.

Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Mengelola Pengeluaran Mahasiswa Untuk Belanja Online Dapat Mengurangi Pemborosan.

Tinjauan Teoritis Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Konsumsi

Dalam ekonomi syariah, konsep konsumsi memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Konsumsi dalam Islam tidak hanya dianggap sebagai kegiatan memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah dan etika Islam. Prinsip utama konsumsi dalam ekonomi syariah meliputi keseimbangan (mizan), penghindaran pemborosan (israf), serta menjaga keberkahan (barakah) dalam harta.

Prinsip lain yang sangat penting adalah larangan terhadap *israf* atau pemborosan. Islam secara tegas melarang pemborosan dalam segala bentuk karena dampaknya yang negatif terhadap kondisi ekonomi dan sosial. Pemborosan tidak hanya berarti menyia-nyiaakan harta, tetapi juga dapat menimbulkan ketimpangan sosial, sebab sumber daya yang seharusnya bisa digunakan untuk kepentingan sosial, sebab sumber daya yang seharusnya bisa digunakan untuk kepentingan bersama justru terbuang percuma. Oleh karena itu, dalam hal konsumsi, setiap individu perlu selalu mengendalikan perilakunya agar tidak melakukan pembelian yang tidak diperlukan dan selalu berfikir secara bijak sebelum mengeluarkan uang. Lebih lanjut, konsumsi dalam Islam berkaitan erat dengan kewajiban sosial seperti zakat, infak, dan sedekah, yang harus menjadi bagian integral dari pengelolaan keuangan pribadi. Melalui pembagian harta ini, tercipta distribusi kekayaan yang lebih merata dan membantu mengurangi kesenjangan ekonomi. Hal ini sekaligus menjadi pengingat agar perilaku konsumsi tidak bersifat egoistik atau hanya berorientasi pada kepentingan diri sendiri. Dalam praktiknya, menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konsumsi menurut kesadaran dan kedisiplinan dalam pengelolaan keuangan. Di era digital seperti sekarang ini, khususnya dengan kemudahan berbelanja melalui platform e-commerce seperti Shopee, prinsip-prinsip tersebut perlu terus dipegang agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Hasil penelitian penerapan prinsip ekonomi syariah dalam mengelola pengeluaran mahasiswa dalam belanja online.

Sebagian besar mahasiswa fakultas agama Islam yang terlibat dalam penelitian ini telah memanfaatkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam mengelola pengeluaran mereka terhadap online shop, terutama terkait pengambilan keputusan dalam berbelanja online pada berbagai platform e-commerce. Berikut adalah beberapa prinsip ekonomi syariah yang diterapkan:

a. Keadilan (al-adl)

Maksud dari terlibatnya keadilan sebagai prinsip ekonomi syariah dalam mengelola pengeluaran mahasiswa berarti menempatkan harta sesuai porsi: memenuhi kebutuhan, menghindari pemborosan, dan berbagi dengan sesama. Prinsip keadilan sangat berpengaruh dalam mengelola pengeluaran mahasiswa karena pada masa studi, mereka sering menghadapi keterbatasan dana dan banyak kebutuhan yang harus diprioritaskan. Dengan berpegangan pada keadilan, mahasiswa belajar menyeimbangkan antara kebutuhan pokok seperti biaya kuliah, buku, dan makanan dengan keinginan tambahan seperti hiburan atau gaya hidup.

Keadilan mencegah mereka dari sikap boros (israf) sekaligus dari sikap terlalu kikir, sehingga setiap rupiah digunakan secara proporsional dan bermanfaat.

b. Masalah

Penerapan prinsip masalah bagi mahasiswa berarti memastikan setiap rupiah yang dikeluarkan membawa manfaat nyata, baik untuk keberhasilan studi maupun kontribusi sosial. Dengan berpegang pada masalah, mahasiswa akan lebih bijak dalam menentukan prioritas, misalnya mengalokasikan dana untuk kebutuhan pendidikan, kesehatan, dan sarana belajar yang menunjang prestasi akademik. Prinsip ini juga mendorong mahasiswa untuk berkontribusi pada kegiatan sosial kampus atau membantu teman yang membutuhkan, sehingga pengeluaran tidak hanya bersifat individual tetapi juga memberi dampak positif bagi komunitas.

c. Amanah

Maksud dari prinsip amanah bagi mahasiswa berarti menyadari bahwa harta, dana, dan fasilitas yang mereka miliki adalah titipan yang harus digunakan secara bertanggung jawab dan bermanfaat. Dengan berpegang pada amanah, mahasiswa akan lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang, memastikan bahwa pengeluaran diarahkan pada kebutuhan yang halal, bermanfaat, dan mendukung tujuan utama mereka yaitu menuntut ilmu. Amanah juga mencegah mahasiswa dari sikap menyalahgunakan dana, misalnya menghabiskan uang beasiswa untuk hiburan semata, sehingga mereka belajar disiplin dan bertanggung jawab terhadap kepercayaan yang diberikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip ekonomi syariah dalam mengelola pengeluaran mahasiswa saat berbelanja online masih belum optimal, meskipun sebagian mahasiswa telah memiliki kesadaran terhadap larangan pemborosan (israf) dan pentingnya keseimbangan (tawazun). Dalam praktiknya, banyak mahasiswa tetap melakukan pembelian impulsif yang lebih didorong oleh tren media sosial, iklan digital, serta kemudahan sistem pembayaran seperti e-wallet dan paylater. Prinsip al-qana'ah (rasa cukup) belum sepenuhnya dijalankan karena adanya kecenderungan untuk memenuhi keinginan sesaat, bahkan dengan cara berutang konsumtif. Sementara itu, penerapan prinsip hifz al-māl (menjaga harta) masih lemah, terlihat dari kurangnya kontrol terhadap pengeluaran dan minimnya perhatian terhadap kehalalan produk yang dibeli. Faktor pendukung penerapan prinsip syariah antara lain pengaruh keluarga, kesadaran religius, dan edukasi keuangan syariah di kampus, sedangkan faktor penghambatnya adalah rendahnya literasi keuangan, pengaruh iklan digital, serta budaya konsumtif di kalangan mahasiswa. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip ekonomi syariah dapat membantu mahasiswa mengurangi perilaku konsumtif dan menjaga stabilitas finansial, namun diperlukan penguatan literasi keuangan syariah serta internalisasi nilai-nilai Islam agar mahasiswa mampu berbelanja secara bijak sesuai dengan maqāṣid al-syarī'ah.

Apa solusi yang dapat diterapkan untuk mengurangi perilaku pemborosan dalam belanja online mahasiswa berdasarkan perspektif ekonomi syariah

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku boros (isrāf dan tabdhīr) dipandang sebagai tindakan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam karena bertentangan dengan prinsip keseimbangan (tawāzun) serta amanah dalam menjaga harta (hifz al-māl). Fenomena belanja online di kalangan mahasiswa yang sering bersifat impulsif dan konsumtif menuntut adanya

penerapan nilai-nilai Islam agar pola konsumsi menjadi lebih terarah, sederhana, dan bernilai ibadah. Dengan menginternalisasi prinsip syariah, mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan pengeluaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menjadikan aktivitas konsumsi sebagai bagian dari tanggung jawab spiritual dan sosial.

a. Peningkatan Literasi Ekonomi Syariah

Salah satu solusi utama dalam mengatasi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa adalah dengan meningkatkan pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Prinsip-prinsip tersebut antara lain larangan *isrāf* (perilaku berlebihan dalam konsumsi), anjuran untuk memiliki sikap *qana'ah* (merasa cukup atas apa yang dimiliki), serta penerapan konsep konsumsi berbasis kebutuhan yang terbagi dalam tiga tingkatan, yaitu *dharuriyat* (kebutuhan pokok), *hajiyyat* (kebutuhan pelengkap), dan *tahsiniyat* (kebutuhan penyempurna). Dengan memahami dan menginternalisasi nilai-nilai tersebut, mahasiswa diharapkan mampu membangun pola pikir yang lebih bijak dalam mengelola keuangan serta menentukan prioritas dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Literasi ekonomi Islam yang baik akan membantu mahasiswa dalam membedakan secara jelas antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mereka tidak mudah terjebak dalam gaya hidup konsumtif yang didorong oleh tren atau tekanan sosial. Selain itu, pemahaman ini juga dapat mencegah terjadinya pembelian impulsif yang sering kali berujung pada pemborosan dan ketidakstabilan keuangan. Lebih jauh lagi, mahasiswa yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik cenderung lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangannya, termasuk dalam hal perencanaan pengeluaran, pengendalian diri, serta pengelolaan sumber daya secara efisien dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Upaya peningkatan literasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara, baik melalui pendidikan formal di lingkungan kampus, seperti integrasi materi ekonomi Islam dalam kurikulum, maupun melalui kegiatan nonformal seperti seminar, pelatihan, dan workshop keuangan syariah. Dengan adanya edukasi yang berkelanjutan dan terarah, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tercipta perilaku konsumsi yang lebih rasional, seimbang, dan sesuai dengan ajaran Islam.

b. Penerapan Prinsip Qana'ah (Rasa Cukup)

Penerapan prinsip *qana'ah* (rasa cukup) merupakan salah satu nilai penting dalam ekonomi Islam yang dapat membantu mahasiswa dalam mengendalikan perilaku konsumtif. *Qana'ah* mengajarkan individu untuk merasa cukup terhadap apa yang dimiliki, tanpa harus terus-menerus mengejar keinginan yang tidak terbatas. Dalam konteks kehidupan mahasiswa, sikap ini dapat diwujudkan dengan membiasakan diri untuk bersyukur atas fasilitas dan sumber daya yang ada, serta tidak mudah tergoda oleh gaya hidup konsumtif yang berkembang di lingkungan sekitar, seperti mengikuti tren fashion, gadget terbaru, atau gaya hidup mewah yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan utama.

Dengan menerapkan prinsip *qana'ah*, mahasiswa akan lebih mampu mengendalikan diri dalam melakukan pengeluaran, sehingga dapat memprioritaskan kebutuhan yang bersifat mendesak (*dharuriyat*) dibandingkan kebutuhan tambahan (*hajiyyat*) maupun pelengkap (*tahsiniyat*). Hal ini juga akan mendorong terbentuknya pola hidup sederhana dan tidak berlebihan, sejalan dengan larangan *isrāf* dalam ajaran Islam. Selain itu, sikap *qana'ah* juga

berkontribusi pada stabilitas keuangan pribadi, karena mahasiswa menjadi lebih bijak dalam mengelola uang saku, menabung, serta menghindari pemborosan yang tidak perlu.

Penerapan *qana'ah* tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada ketenangan batin. Mahasiswa yang memiliki rasa cukup cenderung lebih tenang, tidak mudah merasa iri atau tertekan oleh pencapaian orang lain, serta mampu fokus pada pengembangan diri dan tujuan jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menanamkan nilai *qana'ah* sejak dini melalui pembiasaan sikap sederhana, penguatan nilai-nilai spiritual, serta lingkungan yang mendukung, sehingga tercipta keseimbangan antara kebutuhan materi dan ketenangan jiwa dalam kehidupan sehari-hari.

c. Penguatan Self-Control (Pengendalian Diri)

Penguatan *self-control* (pengendalian diri) merupakan aspek penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang sehat di kalangan mahasiswa, terutama dalam menghadapi berbagai godaan gaya hidup modern yang cenderung konsumtif. *Self-control* adalah kemampuan individu untuk mengatur dorongan, keinginan, dan emosi agar tetap selaras dengan nilai, tujuan, serta kondisi keuangan yang dimiliki. Dalam konteks ini, mahasiswa dituntut untuk tidak mudah tergoda oleh promosi, diskon, atau tren yang berkembang, melainkan mampu menahan diri dan berpikir rasional sebelum melakukan suatu pembelian.

Penerapan pengendalian diri dapat dilakukan dengan membiasakan perencanaan keuangan yang jelas, seperti membuat anggaran bulanan, mencatat pengeluaran, serta menetapkan skala prioritas berdasarkan kebutuhan. Selain itu, mahasiswa juga perlu melatih kebiasaan menunda kepuasan (*delayed gratification*), yaitu tidak langsung memenuhi keinginan sesaat, tetapi mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari setiap keputusan finansial. Dengan demikian, keputusan yang diambil tidak bersifat impulsif, melainkan lebih terarah dan bertanggung jawab.

Dalam perspektif ekonomi Islam, pengendalian diri juga berkaitan erat dengan nilai-nilai spiritual, seperti kesadaran bahwa setiap harta yang dimiliki merupakan amanah yang harus digunakan secara bijak dan tidak berlebihan (*isrāf*). Oleh karena itu, penguatan *self-control* tidak hanya dilakukan melalui pendekatan rasional, tetapi juga melalui peningkatan keimanan dan kesadaran moral. Dengan memiliki pengendalian diri yang baik, mahasiswa akan lebih mampu menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta menciptakan pola hidup yang sederhana, terarah, dan berkelanjutan.

Hasil penelitian solulis ekonomi syariah untuk mengurangi perilaku pemborosan mahasiswa dalam belanja online.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner, wawancara, serta observasi terhadap mahasiswa, diperoleh temuan bahwa tingkat perilaku pemborosan (*isrāf*) dalam aktivitas belanja online masih tergolong tinggi. Fenomena ini ditunjukkan oleh kecenderungan mahasiswa yang melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan, serta mudah dipengaruhi oleh berbagai strategi pemasaran seperti potongan harga, gratis ongkos kirim, dan fitur *flash sale* yang tersedia pada platform *e-commerce*. Di samping itu, perkembangan teknologi yang semakin pesat serta kemudahan dalam penggunaan metode pembayaran digital, seperti *paylater*, turut memperkuat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dapat menjadi alternatif solusi yang efektif dalam mengurangi perilaku pemborosan tersebut. Mahasiswa yang memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap ekonomi syariah cenderung menunjukkan sikap yang lebih hati-hati dalam mengelola keuangan, mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta lebih selektif dalam mengambil keputusan konsumsi. Pemahaman terhadap larangan *isrāf* dan pentingnya pengelolaan harta secara bijaksana mendorong mahasiswa untuk menghindari perilaku pembelian impulsif serta lebih mempertimbangkan nilai manfaat dari barang yang akan dibeli.

Penerapan prinsip *qana'ah* (rasa cukup) terbukti berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi yang lebih terkendali. Mahasiswa yang memiliki sikap *qana'ah* cenderung tidak mudah terpengaruh oleh tren maupun promosi dalam belanja online, serta lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan yang bersifat utama. Di sisi lain, kemampuan pengendalian diri (*self-control*) juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam menekan perilaku pemborosan. Mahasiswa yang memiliki tingkat pengendalian diri yang baik umumnya melakukan perencanaan keuangan, membatasi intensitas penggunaan aplikasi belanja, serta menunda pembelian hingga benar-benar diperlukan.

Penerapan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*, khususnya dalam aspek menjaga harta (*ḥifz al-māl*), mulai dipahami oleh sebagian mahasiswa sebagai landasan dalam pengambilan keputusan konsumsi. Hal ini tercermin dari adanya pertimbangan terhadap aspek manfaat, tingkat urgensi kebutuhan, serta dampak dari setiap pengeluaran yang dilakukan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengurangan penggunaan fitur *paylater* dapat membantu mahasiswa dalam menghindari utang konsumtif serta mendorong perilaku konsumsi yang lebih sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki.

Edukasi terkait etika konsumsi dalam Islam juga memberikan kontribusi positif terhadap perubahan perilaku mahasiswa. Mahasiswa yang memahami nilai-nilai konsumsi Islami, seperti prinsip kehalalan, larangan berlebih-lebihan, serta tanggung jawab sosial, cenderung lebih bijaksana dalam melakukan aktivitas konsumsi dan mulai menyisihkan sebagian pendapatannya untuk kegiatan sosial, seperti sedekah. Selain itu, faktor lingkungan sosial dan institusi pendidikan turut memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Lingkungan yang mendukung gaya hidup sederhana serta adanya program literasi keuangan syariah di lingkungan kampus terbukti mampu membantu mahasiswa dalam menekan perilaku konsumtif.

PENUTUP

Penelitian ini menegaskan bahwa fenomena belanja online di kalangan mahasiswa tidak hanya mencerminkan dinamika pasar e-commerce yang berkembang pesat, tetapi juga memperlihatkan tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa cenderung mudah terpengaruh oleh tren digital, promosi, dan kemudahan sistem pembayaran, sehingga berisiko menimbulkan perilaku konsumtif dan pemborosan. Namun, penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti *qana'ah*, keadilan, amanah, serta *ḥifz al-māl* dapat menjadi solusi dalam membentuk pola konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Dengan penguatan literasi keuangan syariah, pembiasaan pengendalian diri, serta dukungan lingkungan sosial dan institusi pendidikan, mahasiswa diharapkan mampu menyeimbangkan kebutuhan materi dengan nilai ibadah dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penelitian

ini memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku konsumsi mahasiswa sekaligus menawarkan pendekatan berbasis syariah sebagai strategi untuk menciptakan keseimbangan antara gaya hidup digital dan prinsip maqāṣid al-syarī‘ah.

DAFTAR RUJUKAN

- Rita, P., & Ramos, R. F. (2022). Global research trends in consumer behavior and sustainability in E-Commerce: A bibliometric analysis of the knowledge structure. *Sustainability*, 14(15), 9455.
- Saputra, I. B., Ambarwati, A. N., & Yulianto, S. A. (2024). Analisis Perilaku Belanja Online Pada E-Commerce Dengan Menggunakan Metode SEM-PLS. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 4(1), 25-29.
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh revolusi digital terhadap pemasaran dan perilaku konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 131-141.
- Sahnan, M., Ismail, N., & Al-Ayyubi, S. (2023). Analisis prinsip konsumsi islam terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja online shop. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 278-288.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213.
- Fadhilah, N., Sanjoyo, B. A., Ariastita, P. G., Aparamarta, H. W., Abadi, I., & Risanti, D. D. (2022). Peningkatan Kualitas PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) di Perguruan Tinggi Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sewagati, Surabaya*.
- Melinda, M., Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Yani, E., & Nur, M. M. (2020). Analisis Pengaruh Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 9(2), 13-18.
- Afrilia, N., Batubara, H., & Prawatya, Y. E. (2024). REKOMENDASI PERBAIKAN UNTUK MENGURANGI PEMBOROSAN MELALUI PENERAPAN LEAN MANUFACTURING DI PT YZ. *Industri Inovatif: Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 293-302.
- Fahima, Dewi. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating.” Doctoral Dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, no. 0 (2024): 1–23.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Ngo, T. T. A., Nguyen, H. L. T., Nguyen, H. P., Mai, H. T. A., Mai, T. H. T., & Hoang, P. L. (2024). A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform. *Heliyon*, 10(15).
- Pospos, A. F. F., Fiteri, M., & Hamid, A. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 347-356.
- Fauziah, Z. A., Sabilla, R. S., Khoerunnisa, R., & Marlina, L. (2025). Analisis Penerapan Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali dalam Teori Konsumsi:(Studi Kasus Impulsive

Buying dalam Gaya Hidup Muslim di Era Digital). *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 81-102.

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425-432.

Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh e-commerce dan financial technology terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281-290.

Siregar, S. K. (2023). *Pengaruh shopee paylater dan cash on delivery terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).

Anggraini, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh pengangguran terhadap kemiskinan ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. *Tirtayasa Ekonomika*, 18(1), 123-138.