

**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP MAHASISWI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN  
PONOROGO PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE***

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Dian Rahma Nur Afifah**

**NIM 401190056**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2023**

ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP MAHASISWI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PONOROGO  
PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1)



Oleh :

Dian Rahma Nur Afifah

NIM 401190056

Dosen Pembimbing :

Muchtim Humaidi, M.IRKH.

NIDN. 2027068103

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

---

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Dian Rahma Nur Afifah	401190056	Ekonomi Syariah	Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna <i>E- Commerce Shopee</i>

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

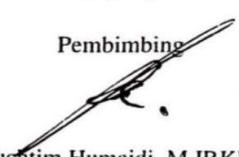
Ponorogo, 20 Februari 2023

Mengetahui,

Rektor  
KEMENTERIAN AGAMA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN  
PONOROGO  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
Dr. Luhut Prasetyo, S.Ag., M.E.I.  
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Pembimbing

  
Muchtim Humaidi, M.IRKH.

NIDN. 2027068103



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*  
Nama : Dian Rahma Nur Afifah  
NIM : 401190056  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi.

#### Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Ridho Rokamah, M.SI.

NIP 197412111999032002

(  )

Penguji I :

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP 197207142000031005

(  )

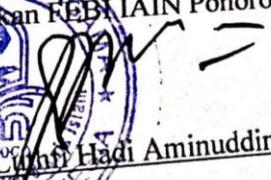
Penguji II

Muchtim Humaidi, M.IRKH.

NIDN 2027068103

(  )

Ponorogo, Rabu/15/Maret/2023

Mengesahkan  
Dekan FEB IAIN Ponorogo  
  
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.  
NIP 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Rahma Nur Afifah

NIM : 401190056

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 Maret 2023

Penulis

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and 'METAL TEMPER'. The stamp is partially obscured by a handwritten signature in black ink.

Dian Rahma Nur Afifah

NIM: 401190056

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Rahma Nur Afifah

NIM : 401190056

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*.”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian  
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 Februari 2023

Pembuat pernyataan



Dian Rahma Nur Afifah

NIM: 401190056

## ABSTRAK

Afifah, Dian. Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo pengguna *E-Commerce Shopee*. *Skripsi*, 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Muchtim Humaidi, M.IRKH.

**Kata Kunci:** Ekonomi Islam, Konsumsi Mahasiswi, *E-Commerce Shopee*

Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Seperti halnya Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang belum berprestasi dan tidak dapat mengoptimalkan konsumsi sesuai dengan kebutuhannya.

Tujuan utama penelitian ini untuk mengetahui motif, tujuan, skala prioritas kebutuhan, dan perilaku konsumsi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo di *E-Commerce Shopee* dalam ekonomi Islam. Metode *Filed Research* digunakan untuk menganalisa penelitian. Dengan menggunakan deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan teknik pengolahan data.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Mahasiswi dalam berkonsumsi masih terpengaruh oleh motif konsumsi dari segi kebudayaan, sosial, dan psikologis. Dikarenakan lingkungan sekitar dan teman menjadi salah satu faktor utama pemicu dalam berkonsumsi yang dianggap dapat meningkatkan rasa percaya diri oleh mahasiswi. Sedangkan untuk tujuan berkonsumsi mahasiswi adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dianggap kebutuhan tersebut perlu untuk dipenuhi. dalam Skala prioritas Mahasiswi cenderung mengutamakan kebutuhan *hajjiyat* (sekunder) dan kebutuhan *tahsiniah* (tersier) yang dianggap sebagai kebutuhan pokoknya. Sedangkan untuk kebutuhan *dharuriyat* (Primer) masih dikesampingkan atau tidak diutamakan. Hal ini dikarenakan mahasiswi masih belum bisa memprioritaskan kebutuhan pokoknya. Dalam berkonsumsi mahasiswi masih terpengaruh perilaku *israf* dan *tabdzir* yang dilarang oleh agama islam. Hal ini dikarenakan konsumsi mahasiswi masih mengikuti gaya konsumsi mahasiswi yang lain, sehingga dalam berkonsumsi belum bisa menerapkan ketentuan dalam syariat agama Islam. Agama islam menganjurkan umat muslim untuk berkonsumsi sesuai dengan porsi kebutuhannya namun tidak dianjurkan untuk melebihi batas kebutuhan pokoknya.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari sebuah kebutuhan, dimana kebutuhan tersebut yang dibutuhkan dalam kehidupannya. Kebutuhan sendiri dapat diartikan sebagai : sesuatu yang diperlukan oleh manusia guna untuk kelangsungan hidupnya. Namun, dalam kehidupan manusia tak lepas dari kebutuhan saja ada juga yang berupa keinginan. Dimana sebuah keinginan tersebut tidak digunakan secara jelas atau dapat diprediksi bahwa keinginan hanya untuk memenuhi hasrat sesaat.

Kebutuhan yang dimaksudkan disini adalah cara setiap insan dalam mengkonsumsi sesuatu baik itu berupa makanan, barang, atau yang lainnya. Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yaitu sandang, pangan dan papan. Jika dipandang secara khusus, maka seringkali konsumsi hanya terbatas pada pola makan dan minum. Namun apabila cakupan konsumsi diperluas maka akan ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 148.

Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Konsumsi memiliki kedudukan yang besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Dalam sistem perekonomian, konsumsi memainkan peranan penting. Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi dan distribusi. Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian.<sup>2</sup>

Konsumsi dalam Ilmu ekonomi dijelaskan bahwa setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan tujuan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu. Menurut Don Slater, konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbotik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka.<sup>3</sup> Pemasaran terdapat seorang konsumen, Konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang atau jasa. Sedangkan perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai,

---

<sup>2</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 37.

<sup>3</sup> Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 113-114.

mengatur barang atau jasa yang mereka anggap akan memuaskan kebutuhan mereka. Konsumen biasanya akan tergiur dengan fitur-fitur atau promo yang di sediakan oleh penjual.

Pada era globalisasi ini, telah terjadi pergeseran perilaku konsumsi pada masyarakat. Dampak globalisasi semakin terasa setelah munculnya banyak pusat perbelanjaan di kota yang semakin beragam. Berbagai barang dan jasa tersedia. Hal tersebut menunjukkan mudahnya memperoleh barang-barang yang beraneka dan kemudahan dalam fasilitas lainnya. Globalisasi tersebut berdampak pada siapa saja termasuk mahasiswi yang ditandai dengan adanya pergeseran dalam perilaku konsumsi mereka.<sup>4</sup>

Perilaku membeli awalnya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan baik yang bersifat primer maupun sekunder. Seiring dengan bertambahnya jumlah dan variasi produk, kini semakin mengubah proses konsumsi ke budaya konsumtif. Perubahan dalam proses membeli suatu produk, yang kini beralih dari yang bersifat kebutuhan menjadi keinginan. Perilaku merupakan suatu kegiatan atau aktivitas individu bersangkutan. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari pada manusia itu sendiri. Perilaku adalah apa yang dikerjakan oleh individu baik yang bisa diamati secara langsung maupun tidak langsung. Perilaku baru akan terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni rangsangan.

---

<sup>4</sup> M Sabandi, "Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS," *Skripsi* (Solo: Universitas Sebelas Maret, 2017).

Dengan demikian, maka suatu rangsang tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu.<sup>5</sup>

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak mempertimbangkan dalam berkonsumsi, cenderung lebih mengutamakan keinginan, dari pada kebutuhan. Padahal, hal seperti itu tidaklah benar, seharusnya seseorang mendahulukan kebutuhan yang jauh lebih penting dari pada keinginan yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan. Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja, dari berbagai usia, kalangan ekonomi bawah sampai kalangan ekonomi kelas atas. Perilaku membeli barang atau makanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang tepat, perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional.<sup>6</sup>

Membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena kebutuhan ataupun keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Di sisi lain, keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Keinginan terkait dengan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang dan jasa, hal ini bersifat subjektif tidak bisa

---

<sup>5</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan* (Bandung: Alfabeta, 2002), 35.

<sup>6</sup> Ibid.

dibandingkan antarsatu orang dengan orang lainnya.<sup>7</sup> Motif Perilaku konsumsi yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, setiap penduduk harus membeli, kemudian menggunakan, memakai dan mengkonsumsi berbagai kebutuhan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan yang paling dasar sampai dengan kebutuhan untuk mengaktualisasikan dirinya.<sup>8</sup>

Motif dan tujuan konsumsi berhubungan dengan hal-hal yang mendasari seseorang melakukan kegiatan konsumsi. Motif konsumsi berhubungan dengan lasan pemenuhan keinginan atau kebutuhan akan barang dan jasa. Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa motif konsumsi pada ekonomi konvensional adalah adanya keinginan atas kepemilikan terhadap suatu barang. Sementara dalam ekonomi Islam motif konsumsi adalah adanya kebutuhan atas kepemilikan barang dan jasa pada waktu tertentu. Tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional dikenal dengan *maximum satisfaction* (kepuasan maksimal) atas pemenuhan kebutuhan (penguasaan atas barang atau jasa) dengan prinsip jumlah yang sebanyak-banyaknya dengan minimal anggaran atau maksimal anggaran pada penguasaan jumlah barang dan jasa.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 130.

<sup>8</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 23.

<sup>9</sup> Ibid.

Konsumsi Islami adalah tujuan yang sesuai dengan *maqasid*. As *Syari'iyah*<sup>10</sup> (tujuan syariah) itu sendiri. Tujuan syariah adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (masalah). Sehingga konsep tujuan konsumsi Islam dengan konvensional jelas berbeda. Tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional lebih bersifat ekonomi dan *individualistis* yaitu kepuasan maksimal dalam kerangka *self Interest*. Sementara dalam ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah berhubungan dengan nilai-nilai moral sesuai prinsip dan karakteristiknya, yaitu mencapai kemaslahatan baik bagi individu yang bersangkutan maupun lingkungan sosial disekitarnya. Sehingga meskipun seseorang diberi kebebasan dalam berkendak untuk berusaha dan harus baik dan bersih.

Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi adalah segala macam jenis kebutuhan manusia yang diurutkan berdasarkan dari tingkat kepentingan kebutuhan tersebut. Teori konsumsi Islam mengajarkan untuk membuat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. “Urutan prioritas kebutuhan tersebut adalah: *dharuriyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyah* (tersier)”. *Dharuriyat* adalah sesuatu yang wajib adanya menjadi pokok kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. *Hajjiyat* adalah sesuatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan hidup. Sedangkan *tahsiniyah*

---

<sup>10</sup> M Umar Capra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi Perspektif Islam*, Terjemah Ikhwan Abidin (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 182.

adalah sesuatu yang diperlukan oleh norma atau tatanan hidup serta perilaku menurut jalan yang lurus.<sup>11</sup>

Perilaku Konsumsi menurut Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang di ilhami oleh nilai-nilai Islam. Salah satu ketetapan Al-Quran dalam bidang ekonomi yang menyangkut aspek konsumsi adalah larangan untuk bertindak mubazir. *Israf* dan *tabdzir* artinya menghambur-hamburkan harta dan menafkakkannya dalam kemewahan atau berlebihan. Dapat dikatakan juga bahwa tabzir adalah membelanjakan harta bukan pada tempatnya atau sikap yang mengarah pada pembelanjaan harta “*besar pasak daripada tiang*” yakni pengeluaran lebih besar daripada pendapatan.<sup>12</sup> Sebagaimana firman Allah:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”<sup>13</sup> Untuk mencegah agar kita tidak terlanjur ke gaya hidup mewah, Islam mengharamkan segala pembelanjaan yang tidak mendatangkan manfaat, baik manfaat materil maupun spiritual, namun itu semua tidak berarti membuat

<sup>11</sup> Mohammad Lutfi M.M, “Konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam,” *Jurnal Madani Syari’ah*, Volume. 2, Nomor. 2, (2019), 70.

<sup>12</sup>Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 61-63.

<sup>13</sup> Al-Qur’an, 17: 27.

kita menjadi kikir. Islam mengajarkan kita sikap pertengahan dalam mengeluarkan harta yaitu tidak berlebihan dan tidak pula kikir.<sup>14</sup>

Dalam *E-Commerce Shopee* terdapat penawaran promo seperti : Gratis Ongkos Kirim (*Free Ongkir*), *Cashback*, dan Kemudahan saat pembayaran. Dengan adanya promo yang tersedia tersebut mayoritas remaja banyak yang sudah tergiur dengan hal ini mereka lebih mengutamakan keinginannya dibandingkan kebutuhannya. Mereka rela mengesampingkan kebutuhannya demi memenuhi keinginannya hanya untuk kesenangan belaka. Dari fenomena tersebut dapat diartikan bahwa Mahasiswi lebih mengutamakan berbelanja sesuai dengan gaya hidup masa kini namun hanya sesuai keinginan belaka.<sup>15</sup>

Kalangan Mahasiswi salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, *trend*, dan mode yang sedang berlangsung. Kecenderungan dalam perilaku konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang cenderung dilakukan oleh sebagian besar remaja baik di kota maupun di desa saat ini. mereka yang menganggap bahwa uang yang mereka miliki memang sudah menjadi hak mereka yang dapat digunakan semaunya saja. Bahkan banyak mahasiswi yang tidak jujur dan tidak amanah dalam membelanjakan uang yang mereka miliki seperti menyalahgunakan

---

<sup>14</sup>Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 67.

<sup>15</sup> Ibid.

uang yang diberikan untuk membayar kos namun mereka membelanjakan uang tersebut untuk berfoya-foya. Seperti membeli baju, tas, make up, dan barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan.<sup>16</sup>

Konsumsi merupakan sebuah kebutuhan yang seharusnya terpenuhi, mulai dari sandang, pangan, dan papan.<sup>17</sup> Kebutuhan itu terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang tersebut berfungsi dengan sempurna. Kebutuhan yang sering dipenuhi adalah makanan, dimana makanan tersebut adalah kebutuhan pokok. Namun, ada juga kebutuhan berupa sandang/fashion yang mendorong mahasiswi untuk terus mengikuti trend masa kini guna untuk meningkatkan rasa kepercayaan pada dirinya.<sup>18</sup> Membelanjakan barang secara berlebihan atau tidak sesuai kebutuhan. Sehingga tidak mengherankan jika seseorang ditanya mengenai tujuan mereka berkonsumsi maka akan ditemukan jawaban yang bervariasi dan beragam antara satu individu dengan yang lain.<sup>19</sup>

Konsumsi mahasiswi dalam pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan hidupnya, dalam konsumsi tersebut mahasiswi selalu mengikuti konsumsi dari temannya.<sup>20</sup> Skala prioritas dari konsumsi mahasiswi adalah konsumsi yang dipenuhi

---

<sup>16</sup> Supriadi, Nur Isra Ahmad, "Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume. 4, Nomor. 1, (2020), 30.

<sup>17</sup> Martha, *Wawancara*, 06 Februari 2023

<sup>18</sup> Ummu, *Wawancara*, 06 Februari 2023

<sup>19</sup> Dinda, *Wawancara*, 06 Februari 2023

<sup>20</sup> Alpina, *Wawancara*, 06 Februari 2023

menurut kebutuhannya secara finansial.<sup>21</sup> Dalam konsumsi mahasiswi, perilaku boros itu, bukan hal yang wajar. Namun perilaku tersebut terkadang tidak disadari oleh mahasiswi tersebut dalam berbelanja, karena dalam konsumsi mereka terpacu oleh gaya konsumsi masa kini.<sup>22</sup>

Mayoritas Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo belum berpenghasilan, namun dalam konsumsinya mahasiswa lebih memprioritaskan kebutuhan pada peralatan motor, sementara untuk mahasiswi lebih memprioritaskan kebutuhan *fashion* (Pakaian). Mahasiswa/Mahasiswi dalam berkonsumsi masih mengikuti *trend* yang dianggap dapat meningkatkan rasa percaya pada dirinya. Dibalik itu *e-commerce shopee* juga ikut berperan dalam konsumsi mahasiswi dikarenakan terdapat berbagai fitur promo yang membuat konsumen tergiur untuk berbelanja. Sedangkan skala prioritas kebutuhan mahasiswi terletak pada perlengkapan belajar, membayar uang kos, dan membeli makan untuk kehidupan sehari-harinya. Dalam hal ini, islam tidak menganjurkan untuk berperilaku hidup boros sedangkan uang yang dipakai Mahasiswa/Mahasiswi tersebut masih uang dari orangtuanya dan diberikan untuk memenuhi kebutuhan pokok yang seharusnya tercukupi dengan optimal. Seharusnya dalam permasalahan tersebut mahasiswa/mahasiswi harus lebih memperhatikan kembali terkait kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder.

---

<sup>21</sup> Ayu, *Wawancara*, 06 Februari 2023

<sup>22</sup> Intan, *Wawancara*, 06 Februari 2023

Berdasarkan fakta dari mahasiswa/mahasiswi diatas, memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian pada mahasiswi dikarenakan mahasiswi lebih suka berbelanja di *E-Commerce Shopee* dalam memenuhi kebutuhannya selama di perkuliahan. serta mengangkat masalah tersebut sebagai topik didalam penulisan skripsi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengangkat judul “Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berawal dari apa yang telah di uraikan di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Motif dan Tujuan Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*?
3. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang berkenaan dari masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis tinjauan Ekonomi Islam terhadap Motif dan Tujuan Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*.

2. Untuk Menganalisis tinjauan Ekonomi Islam terhadap Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*.
3. Untuk Menganalisis tinjauan Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik Manfaat Teoritis maupun manfaat Praktis:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi referensi yang telah ada, sehingga dapat memberikan wacana bagi semua pihak dan sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya. Disamping itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana sosial ekonomi keIslaman, yang berkaitan dengan perilaku konsumsi yang sesuai dengan ekonomi Islam dan khususnya bagi remaja muslim. Disamping itu, dari hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai obyek penelitian yang sama.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis dalam suatu penelitian adalah untuk memecahkan masalah yang terjadi dengan menjelaskan, memprediksi dan mengendalikan masalah. Dalam penelitian ini terdapat kegunaannya secara praktis yaitu:

a. Bagi Peneliti

Untuk sarana menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Khususnya pada Analisis Konsumsi Mahasiswi. Selain itu, juga sebagai salah satu syarat penting guna untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

b. Bagi Mahasiswa/Mahasiswi

Skripsi ini dapat digunakan untuk bahan referensi pengetahuan bagi Mahasiswa/Mahasiswi tentang Pentingnya mempunyai perilaku konsumtif.

c. Bagi Para Pembaca

Khususnya yang suka berbelanja dan belum bisa menerapkan perilaku konsumtif berikut dapat digunakan sebagai sarana informasi yang dapat memperbaiki cara berperilaku konsumtif sesuai dengan Syariat Agama Islam.

d. Bagi Pihak Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan tambahan informasi atau perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya oleh mahasiswa IAIN Ponorogo maupun kampus lain. dan dapat dijadikan pembelajaran bagi mahasiswa.

## E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “*Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswawi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna E-Commerce Shopee*”. Tidak terlepas dari penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini, dari penelitian terdahulu antara lain :

Ismaul Faizah, dengan judul “Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus pada BTM Surya Amanah Jombang)”, *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, Volume 1 Nomor 2, Juni 2020. Dari hasil penelitian tersebut yakni Analisis perilaku konsumsi pada masyarakat sekarang ini banyak yang bertentangan dengan ajaran islam, khususnya analisis perilaku konsumsi berdasarkan perpspektif Al- Ghazali. Al- Ghazali mempunyai pemikiran tentang perilaku konsumsi, bahwa seorang muslim harus mempunyai sikap perilaku konsumsi yang berdasarkan pada kebutuhan dan niat bukan pada keinginan atau hanya menuruti nafsu semata. Al- Ghazali membagi tingkatan konsumsi seorang muslim menjadi tiga tingkatan yaitu, dharuriyyah, tingkatan konsumsi yang paling utama pada tingkatan konsumsi ini merupakan tingkatan konsumsi paling tinggi. Jika tingkatan konsumsi dharuriyyah ini tidak terpenuhi maka tidak akan ada

kesejahteraan bagi seorang muslim dan akan menimbulkan kerusakan serta kerugian dunia maupun akhirat.<sup>23</sup>

Penelitian Ismaul Faizah dengan penelitian ini terdapat perbedaan yaitu pada teori, lokasi penelitian, serta hasil pembahasan. Namun, terdapat persamaan antara penelitian Ismaul *Faizah* dengan penelitian ini adalah permasalahan yang merujuk pada perilaku konsumtif serta metode penelitiannya.

A Noorayah Mujahidah, "Analisis Perilaku konsumtif dan penanganannya (Studi Kasus *pada* peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar), Jurnal UNM (2020). Hasil dari pembahasan penelitian tersebut adalah 1) Gambaran perilaku konsumtif pada seorang peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar merujuk pada peserta didik tersebut sering berbelanja secara terus menerus, memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap suatu barang, ketidakmampuan menyeleksi barang yang dibutuhkan, belanja berlebihan, serta cenderung sulit mengatur keuangan dengan baik. (2) Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif pada seorang peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar yakni faktor internal: motivasi serta faktor eksternal: gaya hidup, iklan, kelompok acuan/acuan, model identifikasi diri dan keluarga. (3) Teknik self management diberikan kepada seorang peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar yang melakukan perilaku konsumtif sebagai penanganan

---

<sup>23</sup> Ismaul Faizah, dengan judul "Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus pada BTM Surya Amanah Jombang)," *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, Volume 1 Nomor 2, (2020), 70-80.

yang dapat mengurangi perilaku konsumtif pada seorang peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar.<sup>24</sup>

Penelitian A Nooriyah Mujahidah terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu pada Lokasi Penelitian serta rumusan masalahnya. Sedangkan untuk persamaannya yaitu pada teori dan masalah yang diteliti serta menggunakan metode kualitatif.

Arohma Putri Kaharidoni, Yulia Angraini, “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar k-pop di kalangan mahasiswi jurusan ekonmi syariah IAIN Ponorogo angkatan 2018,” *Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2022, 139-156. Dari hasil penelitian tersebut adalah perilaku konsumsi mahasiswi penggemar Kpop Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 di IAIN Ponorogo perspektif maqashid syariah yaitu barang Kpop bukan termasuk kebutuhan dharuriyat, hajiyat, dan tahsiniyat karena bukan merupakan segala sesuatu yang harus ada demi kelangsungan hidup dan juga bukan merupakan barang yang disyariatkan oleh agama Islam. Dan juga sudah melakukan perbuatan untuk memelihara lima tujuan dasar maqashid syariah, yang meliputi: agama (*al-dien*), jiwa (*nafs*), keturunan (*nas*), dan harta (*al-maal*). Kecuali dalam memelihara keturunan. Dari konsep maqashid syariah berdampak negative

---

<sup>24</sup> A Nooriyah Mujahidah, “Analisis Perilaku konsumtif dan penanganannya (Studi Kasus pada peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar),” *Skripsi* (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2020), 16.

karena merasa puas akan dunia merupakan perilaku yang menyimpang dari syariat Islam (*masalah*).<sup>25</sup>

Penelitian Arohma Putri Kaharidoni, Yulia Anggraini, terdapat perbedaan pada teori yang dipakai, hasil penelitian. Sedangkan persamaan pada penelitian ini adalah lokasi penelitian, permasalahan yang diangkat, serta menggunakan metode kualitatif.

Rahayu Mei Wardani, “Perilaku Konsumsi Mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam (Studi pada Mahasiswa IAIN Ponorogo), *Skripsi*, IAIN Ponorogo. Hasil penelitian tersebut Pola perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Ponorogo menunjukkan kesenjangan antara teori dan praktik. Hal tersebut berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, prioritas konsumsi mahasiswa bukan sebatas kebutuhan saja tetapi juga keinginan. Sikap kesederhanaan konsumsi mulai bergeser mengikuti *trend*. Kurang peduli terhadap kegiatan sosial. Kurang memperhatikan barang-barang yang dikonsumsi. Terlalu bebas dalam menggunakan harta yang dimiliki. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Ponorogo adalah faktor *internal* dan *eksternal*. Faktor yang mempengaruhi itu adalah gaya hidup, teman bermain, dan motivasi. Perilaku konsumsi yang tinggi lebih membawa mahasiswa kedalam dampak negatif. Yaitu hidup menjadi boros,

---

<sup>25</sup> Arohma Putri Kaharidoni, Yulia Anggraini, “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar k-pop di kalangan mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Ponorogo angkatan 2018,” *Journal of Economics and Business Research*, Volume 2, Nomor 1, (2022), 139-156.

munculnya tindakan kriminal, tumbuhnya sifat individualis dan juga terlibat utang.<sup>26</sup>

Penelitian Rahayu Mei Wardani, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada rumusan masalah dan teori. Sedangkan untuk persamaannya yaitu lokasi penelitian dan permasalahan yang diteliti.

Tiya Waryanti, Perilaku konsumsi mahasiswa yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro) *Skripsi* IAIN Metro. Hasil penelitian tersebut adalah mengenai perilaku konsumtif mahasiswa yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 IAIN Metro, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki usaha cenderung lebih sedikit melakukan konsumsi dibandingkan mahasiswa yang tidak memiliki usaha. Mahasiswa yang memiliki usaha tingkat konsumsinya berdasarkan pada kebutuhan bukan keinginan, sedangkan mahasiswa yang tidak memiliki usaha tingkat konsumsinya berdasarkan pada keinginan.<sup>27</sup>

Penelitian Tiya Waryanti, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada teori, lokasi, dan rumusan masalah. Sedangkan persamaannya yaitu terdapat pada permasalahan yang diangkat dan menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>26</sup> Rahayu Mei Wardani, "Perilaku Konsumsi Mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam (Studi pada Mahasiswa IAIN Ponorogo)," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 25.

<sup>27</sup> Tiya Waryanti, "Perilaku konsumsi mahasiswa yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2019), 43.

Riza Rosyida Khoiriyah, “Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam membeli produk *online shop* Perilaku Konsumsi Islam,” *Skripsi* IAIN Ponorogo. Hasil penelitian tersebut adalah Secara garis besar perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo tidak sesuai dengan syariat konsumsi Islam seperti membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan kesederhanaan. Faktor-Faktor yang mendorong perilaku mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo membeli produk di *online shop* antara lain adalah kemudahan, harga yang murah, banyak pilihan, dan efektifitas. Dampak dari membeli produk *online shop* antara lain, kecemburuan sosial antar masyarakat, membuat keuangan semakin menipis, mempersempit keinginan untuk menabung sehingga orang tidak berfikir akan masa depan memikirkan masa yang akan datang, membuat orang hanya memikirkan dirinya sendiri dan tidak melihat kehidupan orang lain karena sibuk memikirkan keinginannya.<sup>28</sup>

Penelitian Riza Rosyida Khoiriyah dengan penelitian ini terdapat perbedaan yaitu pada rumusan masalah dan teori. Sedangkan persamaan pada penelitian tersebut yaitu permasalahan yang diangkat dan menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>28</sup> Riza Rosyida Khoiriyah, “Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam membeli produk *online shop* Perilaku Konsumsi Islam,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 41.

Mohammad Lutfi, M.M, dengan judul “konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam” Jurnal Madani Syari’ah Vol. 2, Agustus 2019. Hasil dari penelitian tersebut adalah Konsumsi dalam perekonomian Islam bukan semata-mata mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus, namun lebih dari hal tersebut Konsumsi diatur oleh ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam agama Islam yaitu al- Qur’an dan Hadits. Konsumsi yang dibolehkan diantaranya adalah konsumsi yang halal, tidak haram, baik dan mempunyai faedah/manfaat serta mendapat Ridho’ dan barakah Allah SWT.<sup>29</sup>

Dalam penelitian Mohammad Lutfi, MM terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian serta hasil pembahasan. Namun terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu pada teori dan permasalahan yang diangkat serta metode kualitatif yang digunakan.

Siti Nafi’ul Muthoharoh, Tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi siswa-siswi madrasah Aliyah pondok pesantren darunnaja kecamatan ketahun,” Skripsi, IAIN Bengkulu. Hasil penelitian ini adalah perilaku konsumsi siswasiswi Madrasah Aliyah Pondok pesantren Darunnaja dalam mengkonsumsi busana pada umumnya lebih mengutamakan keinginan mereka yang meniru trend dan tidak ketinggalan zaman. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok

---

<sup>29</sup> Mohammad Lutfi, MM, “Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Madani Syari’ah* Volume. 2 Nomor. 2, (2019), 75.

Pesantren Darunnaja dalam mengkonsumsi busana belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Karena pada umumnya siswa-siswi kurang mementingkan aspek masalah, amanah, dan kesederhanaan sebab lebih cenderung kepada pemborosan.<sup>30</sup>

Penelitian Siti Nafi'ul Muthoharoh dengan penelitian ini terdapat perbedaan pada lokasi, rumusan masalah, dan teori yang digunakan. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini adalah permasalahan yang diangkat serta menggunakan metode kualitatif.

Dhukha Zuhriyah, "Perilaku Konsumtif ditinjau dari gaya hidup hedonis dan persepsi terhadap iklan produk wardah pada mahasiswi UIN Raden Intan Lampung", *Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, tahun 2020. Hasil pada penelitian tersebut adalah Perilaku konsumtif adalah perilaku seorang individu dalam melakukan konsumsi terhadap barang dan jasa secara berlebihan tanpa melihat barang dan jasa tersebut dibutuhkan atau tidak. Perilaku ini sering dipengaruhi oleh kepuasan dan kesenangan sehingga tidak mempertimbangkan kebutuhan terlebih dahulu. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor gaya hidup hedonis dan faktor persepsi terhadap iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

---

<sup>30</sup> Siti Nafi'ul Muthoharoh, "Tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi siswa-siswi madrasah Aliyah pondok pesantren darunnaja kecamatan ketahun," *Skripsi*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020), 37.

hubungan gaya hidup hedonis dan persepsi terhadap iklan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Raden Intan Lampung.<sup>31</sup>

Penelitian Dhukha Zuhriyah terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu teori, rumusan masalah, dan lokasi penelitian. Sedangkan untuk persamaannya terdapat pada permasalahan yang diangkat yaitu perilaku konsumtif Mahasiswi.

Supriadi, Nur Isra Ahmad, "Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni (2020). Hasil penelitian tersebut adalah Sehubungan dengan hal ini, dapat dimaknai bahwa salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif ialah dengan belajar. Belajar merupakan proses perubahan perilaku. Maksudnya bahwa dengan belajar, maka hal ini akan menjadi dasar di dalam berperilaku. Adapun pemahaman terhadap nilai-nilai etika konsumsi merupakan bagian dari proses pembelajaran. Memahami nilai-nilai etika konsumsi tentu akan memengaruhi tindakan seseorang di dalam pengambilan keputusan pembelian.<sup>32</sup>

Penelitian Supriadi, Nur Isra Ahmad terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian, rumusan masalah, dan informan yang diteliti.

---

<sup>31</sup> Dhukha Zuhriyah, "Perilaku Konsumtif ditinjau dari gaya hidup hedonis dan persepsi terhadap iklan produk wardah pada mahasiswi UIN Raden Intan Lampung," *Skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020), 48.

<sup>32</sup> Supriadi, Nur Isra Ahmad, "Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, (2020), Volume. 4, Nomor. 1, 34.

Sedangkan untuk persamaannya yaitu pada teori yang digunakan dan metode menggunakan kualitatif.

Ardania,"Gaya Hidup Konsumerisme di era Modern (Study Analisis makna israf dalam riwayat An-nasa'i nomor indeks 2559 dengan pendekatan sosial ekonomi)",Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2022). Hasil Penelitian tersebut adalah hadis israf termasuk hadis yang dapat diterima ( *maqbul* ) dan dapat dijadikan hujjah dalam kehidupan sehari-hari, sebab hadisnya berkualitas shahih, tidak ada shahdh dan 'illat, sanadnya bersambung, matannya tidak bertentangan dengan Alquran dan hadis. Pemaknaan israf yakni seseorang yang berlebih-lebihan cenderung akan memiliki perilaku konsumtif. Perilaku tersebut dapat menimbulkan sikap yang sombong, angkuh, riya', bahkan kufur nikmat. Sehingga Allah dan Nabi melarang manusia untuk hidup secara berlebihan dan menganjurkan manusia untuk hidup sederhana dan selalu bersyukur atas apa yang telah dimilikinya. Selain itu, manusia yang dapat menahan nafsu agar tidak konsumtif akan mempunyai kualitas hidup yang baik.<sup>33</sup>

Penelitian Ardania terdapat perbedaan yaitu pada Lokasi,rumusan masalah,dan informan yang diteliti. Sedangkan untuk persamaan pada penelitian ini yaitu pada teori,metode menggunakan kualitatif.

---

<sup>33</sup> Ardania,"Gaya Hidup Konsumerisme di era Modern (Study Analisis makna israf dalam riwayat An-nasa'i nomor indeks 2559 dengan pendekatan sosial ekonomi)",*Skripsi* (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022), 48.

Rofiqoh, "Makna Tabdzir dalam Al-Qur'an (Studi Pemikiran Quraish Shihab Dalam Kitab Tafsir Al-Misbah)," Skripsi, IAIN Ponorogo (2020). Hasil penelitian tersebut adalah yang ditimbulkan dari sikap tabzir menurut Quraish Shihab akan berakibat (1) rusaknya harta, (2) meremehkannya, (3) kurang merawatnya sehingga rusak dan binasa. Perbuatan ini termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang oleh ajaran Islam. Sikap kita terhadap perilaku tabzir menurut al-Qur'an yaitu al-Qur'an melarang umat Islam membelanjakan harta dan menikmati kehidupan ini dengan boros. Lebih dari itu, Allah sendiri tidak menyukai para pemboros. Sikap boros adalah sikap manusia yang melampaui batas kewajaran sehingga Al-Qur'an mencap orang-orang kafir sebagai "melampaui batas".<sup>34</sup>

Penelitian Rofiqoh terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian dan rumusan masalah. Sedangkan untuk persamaannya terdapat pada teori dan metode yang digunakan adalah kualitatif.

Heni Kusumawati, "Hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di pekanbaru," *Skripsi*, Universitas Islam Riau Pekanbaru. Hasil penelitian tersebut adalah perubahan yang dialami masa-masa remaja menyebabkan remaja menjadi sangat memperhatikan citra tubuh mereka dan melakukan berbagai upaya untuk selalu meningkatkan

---

<sup>34</sup> Rofiqoh, "Makna Tabdzir dalam Al-Qur'an (Studi Pemikiran Quraish Shihab Dalam Kitab Tafsir Al-Misbah)," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 39.

penampilannya. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan perilaku konsumtif.<sup>35</sup>

Penelitian Heni Kusumawati dengan penelitian ini terdapat perbedaan yaitu pada teori yang digunakan dan rumusan masalah yang ada. Sedangkan pada persamaannya yaitu permasalahan yang diangkat dan menggunakan metode kualitatif.

Panji Sudono Bekti, Amin Wahyudi, “Utilitas Konsumen Konsumen,”*Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, Volume 4 Nomor 3 (2022). Hasil penelitian tersebut adalah Motif utama konsumsi setiap orang yaitu untuk memperoleh utilitas/kepuasan. Namun, bila kita melihat dalam agama Islam memiliki banyak aturan yang membatasi konsumsi seseorang. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana Islam mengatur konsumsi seseorang dan bagaimana seorang muslim (orang yang beragama Islam) memperoleh utilitas maksimal dari aturan konsumsinya. konsumen muslim tetap memperoleh utilitas maksimal walaupun terlihat banyak aturan yang mengaturnya. Bahkan utilitas maksimal seseorang tidak dipengaruhi oleh kemampuan keuangan yang dimilikinya.<sup>36</sup>

Penelitian Panji Sudono Bekti, Amin Wahyudi terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian dan hasil pembahasan.

---

<sup>35</sup> Heni Kusumawati, “Hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di pekanbaru,”*Skripsi*, (Riau: Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021), 41.

<sup>36</sup> Panji Sudono Bekti, Amin Wahyudi, “Utilitas Konsumen Konsumen,”*Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, Volume 4 Nomor 3 (2022), 25.

Sedangkan pada persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan permasalahan yang diangkat.

Rizqi Jauharotul Amalia, “Analisis Perilaku konsumtif dan daya beli konsumen terhadap belanja online dimasa pandemi covid-19,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI* Vol. 4 No. 1 Tahun 2022. Hasil dari penelitian tersebut adalah selama masa pandemi covid-19, masyarakat konsumen mengalami perubahan perilaku khususnya dalam aktivitas menggunakan internet terkait pembelian barang/jasa yang cenderung meningkat. Faktor yang sangat berpengaruh adalah dari segi efektifitas waktu, dimana individu yang mengalami masa karantina saat pandemi, tidak dapat melakukan aktivitas secara penuh, sehingga lebih banyak menghabiskan waktu untuk membuka internet dan berbelanja *online*.<sup>37</sup>

Penelitian Rizqi Jauharotul Amalia dengan penelitian ini terdapat perbedaan pada teori yang digunakan, dan lokasi penelitiannya. Sedangkan persamaannya adalah pada permasalahan yang diangkat dan menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>37</sup> Rizqi Jauharotul Amalia, “Analisis Perilaku konsumtif dan daya beli konsumen terhadap belanja online dimasa pandemi covid-19,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI* Volume. 4 Nomor. 1, (2022), 23.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Penelitian lapangan merupakan penelitian suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut yang dilakukan untuk penyusunan karya ilmiah.<sup>38</sup> Dalam metode kualitatif dilakukan dengan penelitian lapangan (*field research*) terhadap Mahasiswi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

#### b. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu: penelitian yang menghasilkan prosedur analisis. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat dari gejala, dan kejadian yang terjadi di saat ini. Adapun penulisnya adalah deskriptif kualitatif, yaitu hanya memberikan gambaran dan keterangan yang berkaitan dengan Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 163.

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 85.

## 2. Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini dengan menggunakan penelitian metode kualitatif, peran peneliti sangat berpengaruh untuk menentukan keseluruhan rancangan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data-data analisis, penafsiran pada data dan menjadi pelapor hasil dari penelitiannya.<sup>40</sup> Cara yang digunakan oleh peneliti yang digunakan meliputi pedoman observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun fungsinya terbatas sebagai pendukung sesuai dengan informasi yang diinginkan. Maka dari itu kehadiran dari peneliti di tempat penelitian sangat dibutuhkan sebagai syarat utama. Objek penelitian mengetahui keberadaan peneliti dalam melaksanakan penelitiannya.

## 3. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian adalah yang akan diadakan oleh peneliti guna untuk mempermudah dalam memecahkan sebuah masalah penelitian.<sup>41</sup> Lokasi Penelitian berada di Kampus yaitu Kampus II IAIN Ponorogo tepatnya di Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Kec. Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Alasan peneliti melakukan penelitian di Kampus IAIN Ponorogo dan mengambil informan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dikarenakan peneliti adalah salah satu

---

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> Ajat Rukajar, *Pendekatan Kualitatif (Quality Research Approach)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 8.

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sering berkolaborasi dengan Mahasiswi satu Fakultas, Sehingga memudahkan peneliti untuk mengambil data dilapangan untuk dapat dianalisis.

Obyek penelitian adalah Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Ponorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pengguna *e-commerce shopee*. Informan yang diteliti adalah mahasiswi yang ngekos di area ponorogo. Kebanyakan mahasiswi lupa dengan membayar kos, mereka lebih memilih berbelanja. Mayoritas Mahasiswi menyukai berbelanja karena terdapat banyak fitur promo dan diskon. Mahasiswi tersebut berbelanja untuk mengikuti *trend* dan menganggap bahwa mengikuti gaya konsumsi di era sekarang adalah sebuah kebutuhannya. Sehingga membuat mahasiswi tersebut tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan sesaat.

#### **4. Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Sumber primer adalah suatu objek atau dokumen original material mentah dari pelaku yang disebut *first-hand information*.<sup>42</sup> Adapun data primer yang dibutuhkan oleh penulis untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

---

<sup>42</sup> Ulber silalahi, *Method Penelitan Social* ( Bandung: PT Refika Aditama, 2009), 289.

- a. Data tentang Motif dan Tujuan Konsumsi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di *E-Commerce Shopee*
- b. Data tentang Skala Prioritas Kebutuhan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di *E-Commerce Shopee*
- c. Data tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di *E-Commerce Shopee*

Berikut sumber data primer peneliti gunakan dalam penelitian ini:

- a. Wawancara Mahasiswi Ekonomi Syariah (ES)
- b. Wawancara Mahasiswi Perbankan Syariah (PS)
- c. Wawancara Mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, cara dalam pengumpulan data,peneliti menggunakan metode yaitu :

- a. Wawancara

Wawancara secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian melalui tanya jawab secara bertahap antara pewawancara dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara yang difokuskan pada sesuatu yang dianalisis. Dalam penelitian

ini, peneliti akan melakukan wawancara secara langsung dengan konsumen *E-Commerce Shopee*.<sup>43</sup>

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang lengkap dan bukan berdasarkan perkiraan.<sup>44</sup> Teknik ini digunakan peneliti untuk memperoleh data tentang gambaran umum tentang Konsumsi Mahasiswi.

## 6. Teknik Pengolahan Data

a. *Editing*

Tahap ini penulis melakukan proses pemeriksaan terhadap jawaban-jawaban informan, hasil observasi, memilah foto, dan juga catatan lainnya. Tujuannya adalah untuk memperhalus data selanjutnya dengan perbaikan kata, menambah keterangan, dan membuang keterangan yang berulang atau yang tidak dibutuhkan, menerjemahkan ke bahasa Indonesia yang baku, termasuk mentranskrip rekaman wawancara dengan proses yang baik dan benar.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 186.

<sup>44</sup> Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), 158.

<sup>45</sup> Ibid.

b. **Klasifikasi**

Tahap ini penulis menggolongkan jawaban dan data lainnya menurut kelompok variabelnya. Selanjutnya diklasifikasikan lagi menurut indikator tertentu sesuai yang ditetapkan sebelumnya. Pengelompokkan ini sama dengan menumpuk-numpuk data sehingga akan mendapatkan tempat di dalam kerangka (*outlet*) laporan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menurut rumusan masalah dalam penelitian ini.<sup>46</sup>

c. **Memberi Kode**

Tahap ini melakukan pencatatan judul singkat, serta memeriksa catatan tambahan yang dinilai penting dan dibutuhkan. Serta memeriksa catatan tambahan yang dinilai perlu dibutuhkan. Sedangkan, tujuan agar memudahkan kita menemukan makna tertentu dari setiap tumpukan data serta mudah menempatkannya di dalam *outline* laporan.<sup>47</sup>

**7. Analisis Data**

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisir data ke dalam

---

<sup>46</sup> Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 238.

<sup>47</sup> Ibid.

kategori, menjabarkan dalam unit-unit lalu memberi kesimpulan sehingga mudah diinterpretasikan dan data yang diperoleh dan dokumentasi yang telah di peroleh dari Kampus II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo akan di olah dengan menggunakan teknik metode kualitatif.<sup>48</sup>

Data hasil dokumen digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Analisis data kualitatif adalah bentuk induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan dengan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat mengetahui Apakah dengan adanya Analisis Ekonomi Islam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo pengguna *E-Commerce Shopee* telah menerapkan konsumsi dalam Islam.<sup>49</sup>

#### **8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data/Temuan**

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan validitas dan keandalan realibilitas.<sup>50</sup> Untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yakni pemeriksaan didasarkan atas jumlah kriteria tertentu ada empat kriteria dalam menentukan keabsahan data yakni drajat kepercayaan,

---

<sup>48</sup> Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), 14.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018), 324.

keterahlian, ketergantungan, dan kepastian.<sup>51</sup> Untuk mengecek keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik:

a. Ketekunan Pengamatan

Peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor yang menonjol. Dalam hal ini peneliti membaca buku referensi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti/analisis.<sup>52</sup>

b. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, cara dan waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi pengumpulan data, dan waktu.<sup>53</sup> Dalam penelitian yang dilakukan di Kampus II IAIN Ponorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Peneliti menggunakan triangulasi Sumber, Teknik, dan Waktu:

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa

---

<sup>51</sup> Ibid.,326.

<sup>52</sup> Ibid.,329.

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 273.

sumber. Dalam hal ini, peneliti memperoleh data dari Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.<sup>54</sup>

## 2) Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat nerasumber masih segar, belum banyak masalah, akan mempengaruhi data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.<sup>55</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara pada waktu luang di Kampus II IAIN Ponorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, seperti pada saat siang jam istirahat atau sore hari diwaktu Mahasiswi akan pulang.

## 3) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuisisioner.<sup>56</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara dan

---

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Ibid.

penelitian dengan cara observasi di Kampus II IAIN Ponorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut uraian sistematika pembahasan dalam penelitian ini:

Bab pertama pendahuluan yaitu memuat: latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Studi Penelitian Terdahulu, Kajian Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua Motif, Tujuan, Skala Prioritas, dan Perilaku Konsumsi Mahasiswi yaitu memuat tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, seperti teori tentang Motif dan Tujuan Mahasiswi dalam berbelanja di *E-Commerce Shopee*, Skala Prioritas Mahasiswi dalam berbelanja *E-Commerce Shopee*, dan perilaku konsumsi Mahasiswi dalam ekonomi Islam.

Bab ketiga berisikan mengenai hasil penelitian Gambaran Umum Kampus II IAIN Ponorogo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Motif dan Tujuan Mahasiswi dalam berbelanja di *E-Commerce Shopee*, Skala Prioritas Mahasiswi dalam berbelanja *E-Commerce Shopee*, Perilaku Konsumsi Mahasiswi, dan Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi.

Bab keempat tentang pembahasan dan analisis, bab ini merupakan isi pokok skripsi yang berisikan tentang bagaimana analisis ekonomi Islam

terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo pengguna *e-commerce shopee*.

Bab kelima penutup yaitu memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang ditujukan kepada pembaca, baik itu pelaku bisnis, maupun untuk peneliti.



## BAB II

### MOTIF, TUJUAN, SKALA PRIORITAS, DAN PERILAKU

#### KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

##### A. Konsep Konsumsi dalam Islam

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan/penawaran.<sup>1</sup> Teori konsumsi yang dikemukakan oleh Keynes yaitu bahwa besar kecilnya pengeluaran konsumsi hanya didasarkan pada besar kecilnya tingkat pendapatan masyarakat.<sup>2</sup> Pemanfaatan (konsumsi) merupakan bagian akhir dan sangat penting dalam pengelolaan kekayaan, dengan kata lain, pemanfaatan adalah akhir dari keseluruhan proses produksi.<sup>3</sup>

Teori konsumsi lahir karena adanya teori permintaan akan barang dan jasa. Sedangkan permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*) oleh insumen riil maupun konsumen potensial. Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Konsumsi memiliki kedudukan yang besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Dalam sistem perekonomian, konsumsi

---

<sup>1</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 91.

<sup>2</sup> Priyono, *Esensi Ekonomi Makro* (Sidoarjo: Zifatama, 2016), 66.

<sup>3</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995), 17.

memainkan peranan penting. Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi dan distribusi. Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian.<sup>4</sup>

Ilmu ekonomi menjelaskan tentang konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan tujuan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu. Menurut Don Slater, konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbotik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka.<sup>5</sup>

Definisi seperti yang dikemukakan oleh Slater tersebut maka konsumsi mengacu pada seluruh aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka di samping apa yang mereka lakukan untuk hidup. Dengan demikian, tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makan, minum, sandang, dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataan berikut: menggunakan waktu luang, mendengar radio, menonton televisi, bersolek atau berdandan, berwisata, menonton konser, melihat pertandingan olahraga, menonton

---

<sup>4</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006).

<sup>5</sup> Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 113-114

randai, membeli komputer untuk mengetik tugas kuliah atau mencari informasi, mengendarai kendaraan, membangun rumah tempat tinggal.<sup>6</sup>

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang lebih mempertimbangkan dalam berkonsumsi, cenderung lebih mengutamakan kebutuhan, dari pada keinginan. Padahal, hal seperti itu tidaklah benar, seharusnya seseorang mendahulukan kebutuhan yang jauh lebih penting dari pada keinginan yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan. Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja, dari berbagai usia, kalangan ekonomi bawah sampai kalangan ekonomi kelas atas. Perilaku membeli barang atau makanan sesuai dengan kebutuhan mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang tepat, perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang rasional.<sup>7</sup>

Kebutuhan-kebutuhan hidup yang sangat penting bagi kehidupan manusia yang apabila tidak terpenuhi manusia tidak dapat hidup, disebut kebutuhan hidup seperti makanan, pakaian, tempat bernaung dan lain sebagainya. Makanan dipandang sebagai kebutuhan pokok sebagai kebutuhan pokok manusia yang paling penting. Manusia dapat hidup tanpa pakaian dan tempat tinggal dalam kondisi tertentu tapi tidak dapat hidup tanpa makanan. Al-quran telah menjelaskan tentang kebutuhan kita yang mendasar ini dalam berbagai peristiwa dan hampir semua jenis makanan seperti daging

---

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid.

segar, ikan, padi, susu, sayur-sayuran, buah-buahan, madu, minyak, dan lain-lain disebutkan didalamnya.<sup>8</sup>

Kebutuhan lain yang penting bagi manusia selain makanan adalah pakaian yang berfungsi melindungi manusia dari panas dan dingin dan agar nampak indah dan bagus kepribadian manusia tersebut. Tentang pemanfaatan pakaian Allah SWT berfirman dalam Al-quran:

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِمَّا خَلَقَ ظِلَالًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنَ الْجِبَالِ أَكْنَانًا وَجَعَلَ لَكُمْ سَرَائِيلَ تَقِيكُمْ الْحَرَّ  
وَسَرَائِيلَ تَقِيكُمْ بَأْسَكُمْ ۗ كَذَلِكَ يُتِمُّ نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تُسْلِمُونَ

“Dan Allah menjadikan bagimu tempat bernaung dari apa yang Telah dia ciptakan, dan dia jadikan bagimu tempat-tempat tinggal di gunung-gunung, dan dia jadikan bagimu Pakaian yang memeliharaku dari panas dan Pakaian (baju besi) yang memelihara kamu dalam peperangan. Demikianlah Allah menyempurnakan nikmat-Nya atasmu agar kamu berserah diri (kepada-Nya)”.<sup>9</sup> Makanan dan pakaian, manusia juga membutuhkan tempat berlindung dari kehidupan liar. Oleh karena itu Islam juga telaah memberi perhatian terhadap kebutuhan yang satu ini. Dalam Alquran mengenai konstruksi bangunan-bangunan besar dan benteng kokoh :

اتَّبِنُوا كُلَّ رِيعٍ أَيَّةً تَعْبَثُونَ ۝

<sup>8</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995), 34.

<sup>9</sup> Al-Qur'an, 16:81.

“Apakah kamu mendirikan istana-istana pada setiap tanah yang tinggi untuk kemegahan tanpa ditempat”.<sup>10</sup>

Konsumsi seseorang biasanya juga dipengaruhi oleh media sosial, seperti *E-Commerce Shopee*. *E-Commerce Shopee* adalah sebuah marketplace yang menyediakan berbagai fitur penawaran seperti : Gratis Ongkos Kirim (*Free Ongkir*), *Cashback*, dan Kemudahan saat pembayaran (COD). *Free ongkir* adalah bebas biaya pengiriman saat hendak membelanjakan barang tersebut. Sedangkan *Cashback* adalah sebuah hadiah dari perusahaan untuk konsumen yang hendak membeli barang di *E-Commerce Shope*, hadiah tersebut dapat berupa potongan harga dari total biaya yang sudah disediakan.<sup>11</sup> COD (*Cash On Delivery*) adalah sebuah penanganan biaya secara langsung antara kurir dengan konsumen. Dengan adanya promo yang tersedia tersebut mayoritas remaja banyak yang sudah tergiur dengan hal ini mereka lebih mengutamakan keinginannya dibandingkan kebutuhannya.

## **B. Motif dan Tujuan Konsumsi**

Perilaku konsumen muslim adalah adanya saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual yang disebut dengan saluran konsumsi sosial. Saluran konsumsi sosial yang dimaksud adalah Zakat dan sedekah. Perilaku konsumen muslim juga dibatasi dengan ketentuan-ketentuan syari'at.

---

<sup>10</sup> Al-Qur'an, 26:128.

<sup>11</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 102.

perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan.<sup>12</sup>

Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Dalam konsumsi terdapat motif dan tujuan, sedangkan untuk motif kegiatan konsumsi adalah konsumen yang mengonsumsi barang atau jasa sebanyak mungkin guna untuk memperoleh kepuasan, selain itu motif kegiatan konsumsi juga bertujuan untuk mendapatkan pujian oleh masyarakat setempat, dan menaikkan status sosial. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah, kebutuhan dan kewajiban.<sup>13</sup>

Tujuan konsumsi dalam ekonomi Islam adalah memaksimalkan masalah. Menurut Imam Shatibi istilah masalah maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam *terminology* ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum syara yang paling utama. Pada konsep ini Islam dan konvensional sepakat bahwa kebutuhan untuk mempertahankan hidup adalah motif umum ekonomi. Sedangkan secara luas Tujuan Konsumsi

---

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Ibid.

adalah Untuk memenuhi Kebutuhan sehari-hari, Namun ada tujuan yang lainnya yaitu untuk pemenuhan kebutuhan jasmani dan rohani secara optimal.<sup>14</sup> Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi motif konsumsi dalam diri seseorang yaitu:

### **1. Motif Konsumsi dari Segi Kebudayaan**

Didefinisikan sebagai hasil kreatifitas manusiaa dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku dimasyarakat. Faktor kebudayaan atau faktor lingkungan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaaku konsumen.<sup>15</sup>

### **2. Motif Konsumsi dari Segi Sosial**

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial. Kelompok acuan atau terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Biasanya kelompok rujukan tersebut terdiri dari keluarga dan teman. Pengaruh dari kelompok acuan tersebut antara lain yaitu

---

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Bilson Simamora, *Pansudan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 6-8.

menentukan produk atau merk yang mereka gunakan sesuai dengan aspirasi kelompok.<sup>16</sup>

Perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh kelompok kecil, yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok kecil yang dimaksudkan disini yaitu keluarga. Keluarga merupakan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil dengan perilakunya yang sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan suatu kepuasan dari pemenuhan kebutuhan konsumsi di kehidupan sehari-hari.<sup>17</sup>

### **3. Motif Konsumsi dari Segi Psikologis**

Motif dan tujuan konsumsi berhubungan dengan hal-hal yang mendasari seseorang melakukan kegiatan konsumsi. Motif konsumsi berhubungan dengan lasan pemenuhan keinginan atau kebutuhan akan barang dan jasa. Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa motif konsumsi pada ekonomi konvensional adalah adanya keinginan atas kepemilikan terhadap suatu barang. Sementara dalam ekonomi Islam motif konsumsi adalah adanya kebutuhan atas kepemilikan barang dan jasa pada waktu tertentu.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of marketing. pearson education, (New Jersey : Pearson Education, 2010), 24.*

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Ibid.

#### 4. Tujuan Konsumsi

Tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional dikenal dengan *maximum satisfaction* (kepuasan maksimal) atas pemenuhan kebutuhan (penguasaan atas barang atau jasa) dengan prinsip jumlah yang sebanyak-banyaknya dengan minimal anggaran atau maksimal anggaran pada penguasaan jumlah barang dan jasa. Dalam Islam, jika kita berbicara pada masalah tujuan, maka konsumsi Islami adalah tujuan yang sesuai dengan *maqasid. As Syari'iyah*<sup>19</sup> (tujuan syariah) itu sendiri. Tujuan syariah adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (masalah). Sehingga konsep tujuan konsumsi Islam dengan konvensional jelas berbeda. Tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional lebih bersifat ekonomi dan *individualistis* yaitu kepuasan maksimal dalam kerangka *self Interest*.

Ekonomi Islam menjelaskan tentang tujuan konsumsi adalah berhubungan dengan nilai-nilai moral sesuai prinsip dan karakteristiknya, yaitu mencapai kemaslahatan baik bagi individu yang bersangkutan maupun lingkungan sosial disekitarnya. Sehingga meskipun seseorang diberi kebebasan dalam berkendak untuk berusaha dan harus baik dan bersih. Artinya meski diberi kebebasan dalam berkonsumsi, seorang muslim harus mematuhi aturan tentang barang

---

<sup>19</sup> M Umar Capra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi Perspektif Islam*, Terjemah Ikhwan Abidin (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 182.

dan jasa apa yang tetap dikonsumsi dan pada takaran (kadar) yang mana boleh dikonsumsi.<sup>20</sup>

Konsumsi dan bentuk transaksi pertukaran lain harus mengandung masalah (kesejahteraan dan manfaat lahir batin) baik bagi individu dan sosial disekitarnya *masalah* sebagai tujuan itu juga harus berimplikasi kemaslahatan di dunia dan akhirat. Artinya bahwa pemenuhan kebutuhan atau kegiatan konsumsi itu harus memenuhi dua kebutuhan sekaligus, yaitu pemenuhan kebutuhan duniawi dan *ukhrawi*. Menurut Shatibi dan Al-Ghazali<sup>21</sup>, *Maslahah* dari sesuatu harus memenuhi beberapa kriteria diantaranya: jelas dan aktual (*masalah* harus bersifat obyektif, terukur dan nyata), bersifat produktif (*masalah* dapat memberikan dampak konstruktif yang bersifat Islami), tidak menimbulkan konflik keuntungan diantara swasta dan pemerintah, individu maupun sosial masyarakat, tidak menimbulkan kerugian antar masyarakat, tidak terdapat konflik antara *masalah* individu dan *masalah* sosial.

### C. Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi

Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi adalah segala macam jenis kebutuhan manusia yang diurutkan berdasarkan dari tingkat kepentingan

---

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> M Akhmad Sakr, "Islamic concept of Ownership and Its Economic Implikation" dalam Ausaf Ahmad (ed) *Lecture On Islamic Economic* (Jeddah: Islamic research and Training Institute, 1992), 120.

kebutuhan tersebut. Teori konsumsi Islam mengajarkan untuk membuat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. “Urutan prioritas kebutuhan tersebut adalah: *dharuriyat* (*primer*), *hajjiyat* (*sekunder*), dan *tahsiniyah* (*tersier*)”:<sup>22</sup>

### 1. **Kebutuhan Dharuriyat**

*Daruriyyah* adalah sesuatu yang wajib adanya menjadi pokok kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. Kebutuhan *daruriyyah* dalam pengertian ini berpangkal dari pada pemeliharaan lima hal yaitu, agama, jiwa, akal, kehormatan, dan harta. Contoh kebutuhan *dharuriyyah* yaitu, Pengeluaran untuk mempertahankan jiwa dan raga: pangan, sandang, papan dan kesehatan.<sup>23</sup>

Pengeluaran untuk keagamaan yaitu, pengeluaran untuk peribadatan, pemeliharaan hasil-hasil kebudayaan dan dakwah Islam. Pengeluaran untuk memelihara akal: pengeluaran untuk pendidikan. Pengeluaran untuk memelihara kehormatan: pengeluaran untuk biaya perkawinan dan sejenisnya. Pengeluaran untuk menjaga harta kekayaan, misalnya membeli brankas-brankas yang cocok untuk menyimpan harta.<sup>24</sup>

*Daruriyyah* adalah sesuatu yang wajib adanya menjadi pokok kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. Jika

---

<sup>22</sup> Ika Yuni Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsi Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 16

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid.

kebutuhan *dharuriyat* terabaikan maka akan membahayakan eksistensi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Menurut qordlawi bahwa kebutuhan *dharuriyat* termasuk dalam memelihara anak atau keturunan. Jadi kebutuhan-kebutuhan akan barang atau jasa serta pemeliharaan atas kebutuhan pokok harus terpenuhi.<sup>25</sup>

## 2. Kebutuhan *Hajjiyat*

*Hajjiyat* adalah sesuatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan hidup. Suatu kebutuhan dimana kehidupan tetap berjalan tanpanya walaupun akan banyak menghadapi kesulitan. Setiap barang di luar kebutuhan *dharuriyyah* seperti yang terdapat dalam contoh yang telah disebutkan sebelumnya dapat dikategorikan sebagai barang kebutuhan *hajjiyyah*. Karenanya, setiap barang-barang kebutuhan *daruriyyah* atau setiap tambahan pengeluaran perkawinan, pendidikan dan lainlain dianggap termasuk barang-barang kebutuhan *Hajjiyat*.<sup>26</sup>

## 3. Kebutuhan *Tahsiniyah*

*Tahsiniyah* adalah sesuatu yang diperlukan oleh norma atau tatanan hidup serta perilaku menurut jalan yang lurus. Hal yang bersifat *tahsiniyah* berpangkal dari tradisi yang baik dan segala tujuan

---

<sup>25</sup> Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Terjemah: Noor Iskandar dan M. Tolchah (Bandung: Gema Risalah Press, 1996), 369.

<sup>26</sup> Mohammad Lutfi, MM, dengan judul “konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam,” *Jurnal Madani Syari’ah* Volume. 2, Nomor. 2, (2019), 52.

perikehidupan manusia menurut jalan yang baik. Secara lebih spesifik tahsiniyah adalah semua barang yang membuat hidup menjadi lebih mudah dan gampang tanpa berlebih-lebihan atau bermewahan, seperti makanan yang baik, pakaian yang nyaman, peralatan kecantikan, interior rumah yang tertata lengkap dan tertata indah, serta semua barang yang menjadikan hidup manusia menjadi lebih baik.<sup>27</sup>

Contoh barang kebutuhan *tahsiniyah*: Pengeluaran untuk acara perayaan tertentu yang diperbolehkan oleh syara', Pengeluaran untuk membeli beberapa perlengkapan yang memudahkan pekerjaan perempuan di rumah, dan Pengeluaran untuk memperindah rumah. *Daruriyyah* wajib dipelihara. *Hajjiyat* boleh ditinggalkan apabila memeliharanya merusak hukum dharuriyah, dan tahsiniyah boleh ditinggalkan apabila dalam menjaganya merusak hukum dharuriyyah dan hajjah. Jadi, secara umum barang dan jasa yang memiliki kekuatan untuk memenuhi kelima elemen pokok (*dharuriyah*) telah dapat dikatakan memiliki Masalah bagi umat manusia.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Hasan Sulthoni, "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam Teori dan Praktek", *Jurnal STAI Muhamamdiyah Tulungagung*, Volume. 02, Nomor. 02, (2015), 231-250.

## D. Perilaku Konsumsi ditinjau dari *Israf* dan *Tabdzir* dalam Ekonomi Islam

### 1. *Israf*

Kata *israf* dan turunannya dalam Islam diartikan dengan melampaui batas dan berlebih-lebihan atau orang menyebutnya boros. Islam melarang untuk bertindak *israf* (boros), pelarangan terhadap bermewah-mewahan dan bermegah-megahan, dan lain-lain. Larangan bersikap *israf* bukan hanya pada hal makanan dan minuman saja, melainkan juga berlaku pada cara bersolek (berhias). Bahkan *al-Tabari* meriwayatkan dari *Ata'*, larangan *israf* berlaku untuk segala hal (urusan kehidupan).<sup>29</sup>

Pelarangan *israf* ini karena banyak menimbulkan efek buruk pada diri manusia, di antaranya adalah tidak efisien dan efektif dalam pemanfaatan sumber daya, *egoisme*, mementingkan diri (*selfinterest*), dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu, sehingga uang yang di belanjakannya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu dalam menghapus perilaku *israf*, Islam memerintahkan: memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat, dan menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Murtadho Ridwan dan Irsad Andriyanto, "Sikap Boros: Dari Normatif Teks ke Praktik Keluarga Muslim," *Jurnal al - Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, Volume. 11 Nomor. 2, (2019), 275.

<sup>30</sup> Dudung Abdurrahman, "Israf dan Tabdzir: Konsepsi Etika-Religius dalam Alquran dan Perspektif Materialisme-Konsumerisme," *Jurnal Mimbar*. Volume. 21, Nomor. 1 (2005), 75.

## 2. *Tabdzir*

Allah menyebut pelaku *tabdzir* sebagai temannya setan dan Allah tidak mencintai orang yang suka *israf* (boros). Allah Ta'ala berfirman:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“Jangan melakukan tindak *tabdzir*. Sesungguhnya para mubadzir itu temannya setan.”<sup>31</sup> Allah juga berfirman:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْثُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Janganlah bersikap boros, sesungguhnya Allah tidak mencintai orang yang boros.”<sup>32</sup>

Ibnu Abidin menyimpulkan bahwa “Al-*israf*, menggunakan harta untuk sesuatu yang benar, namun melebihi batas yang dibenarkan. sedangkan *tabdzir*, menggunakan harta untuk sesuatu yang tidak benar.”

Islam melarang perilaku berlebihan dalam menggenggam atau berlebihan dalam berhemat. Dimana terdapat perilaku yang tidak membelanjakan harta untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga dapak mudharatnya lebih besar dibanding maslahatnya, Allah menjelaskan dalam firmanNya:

<sup>31</sup> Al-Qur'an, 17: 26-27.

<sup>32</sup> Al-Qur'an, 6: 141.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”<sup>33</sup>



---

<sup>33</sup> Al-Qur'an, 25: 67.

## **BAB III**

### **PAPARAN DATA**

#### **A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo**

##### **1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang unggul di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. FEBI IAIN Ponorogo terdiri dari tiga jurusan yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Manajemen Zakat dan Wakaf. FEBI IAIN Ponorogo berkomitmen untuk melahirkan lulusan yang unggul di bidang ekonomi dan bisnis islam. Untuk memupuk mahasiswa menjadi sumber daya insani yang mumpuni, mahasiswa tidak hanya dibekali dengan teori-teori ilmu pengetahuan dan kompetensi melalui pembelajaran dalam kelas, melainkan juga dengan memberikan pengalaman nyata melalui ruang-ruang belajar di luar kelas. Harapannya, lulusan FEBI IAIN Ponorogo kelak mampu memberikan sumbangsih yang bermanfaat bagi masyarakat, khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis islam.<sup>1</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo adalah Fakultas yang termuda di antara fakultas yang

---

<sup>1</sup>[https://lpm.iainponorogo.ac.id/wp-content/uploads/2020/08/6.-SOP-FEBI\\_2017.pdf](https://lpm.iainponorogo.ac.id/wp-content/uploads/2020/08/6.-SOP-FEBI_2017.pdf)

(siakses pada tanggal 1 Februari 2023, Jam 11.53).

lainnya. Berdirinya fakultas ini tidak terlepas dari fakultas tertua yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo, karena pada awalnya merupakan bagian dari Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo yang sekarang berubah nama menjadi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Cikal bakal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah yang menjadi bagian dari Jurusan Syari'ah. Kedua prodi ini mendapatkan izin pendirian tahun 2014 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam dengan SK No. 7062 tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2015 juga di buka Program Studi Zakat dan Wakaf dengan Surat Keputusan izin pendirian dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam No. 4723 tahun 2015. Berpijak pada nomenklatur program studi, akhirnya pada tahun 2017, Program Studi Zakat dan Wakaf berubah menjadi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan SK Dirjen. No. 2084 tahun 2017.<sup>2</sup>

Momen pembukaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah bersamaan dengan adanya alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo yang ditandai dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 75 tahun 2016 pada tanggal 1 Agustus 2016. Nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut IAIN Ponorogo secara jelas tertuang dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 49 tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Ponorogo pada pasal 11. Dan selanjutnya juga

---

<sup>2</sup> <https://febi.iainponorogo.ac.id/>, (diakses pada tanggal 01 Februari, jam 22:11).

diperkuat dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 59 tahun 2016 tentang Statuta IAIN Ponorogo.<sup>3</sup>

Sebagai fakultas termuda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo terus melakukan upaya perbaikan, khususnya dalam peningkatan mutu pendidikan dan sumber daya manusia, sehingga jumlah mahasiswa terus meningkat karena adanya animo yang positif dari masyarakat. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah melakukan berbagai upaya seperti peningkatan kapasitas dosen melalui workshop/pelatihan/seminar, melanjutkan ke jenjang pendidikan S3, menyediakan fasilitas laboratorium untuk masing-masing jurusan, mendukung semua kegiatan mahasiswa terkait minat dan bakatnya, dan yang tak kalah pentingnya adalah akreditasi program studi/jurusan, yang sampai dengan tahun 2018 ini Jurusan Ekonomi Syari'ah sudah terakreditasi B. Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat 3 Jurusan yaitu: Jurusan Perbankan Syari'ah dan MAZAWA.<sup>4</sup>

Mahasiswi dalam FEBI berasal dari beberapa daerah mulai dari daerah Jawa sampai luar Jawa. Dari perbedaan daerah tersebut maka setiap Mahasiswi mempunyai sifat yang berbeda juga. Mereka mempunyai karakter sesuai dengan budaya dan lingkungan sekitarnya. Dapat dilihat dari cara berpakaian hingga pengeluaran untuk

---

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid.

konsumsinya. Mahasiswi mayoritas belum bekerja dan masih menggunakan uang dari orangtuanya untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan seperti: membayar uang kos, membeli buku, dan untuk makan.<sup>5</sup>

Mayoritas mahasiswi yang suka berbelanja, dan menghamburkan uangnya guna untuk kepuasannya semata. Terkadang mahasiswi juga teledor dalam memilih antara kebutuhan dengan keinginan. Tidak sedikit mahasiswi yang ngekos namun telat membayar uang kos. Memang kebutuhan seorang perempuan tidak berhenti di uang kos saja, namun sebagai insan yang bertanggung jawab hendaknya uang disisihkannya guna untuk menabung agar dikemudian hari apabila tidak mempunyai uang untuk membayar uang kos dapat menggunakan uang tabungan tersebut untuk membayar uang kos.<sup>6</sup>

## **2. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

### **a. Visi**

Pusat kajian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.

### **b. Misi**

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu bidang ekonomi dan bisnis islam yang unggul dalam bidang

---

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> ibid

kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023

- 2) Melaksanakan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023
- 4) Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023

c. Tujuan

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN

Ponorogo adalah:<sup>7</sup>

- 1) Terlaksananya pendidikan dan pembelajaran Ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 2) Terlaksananya penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.

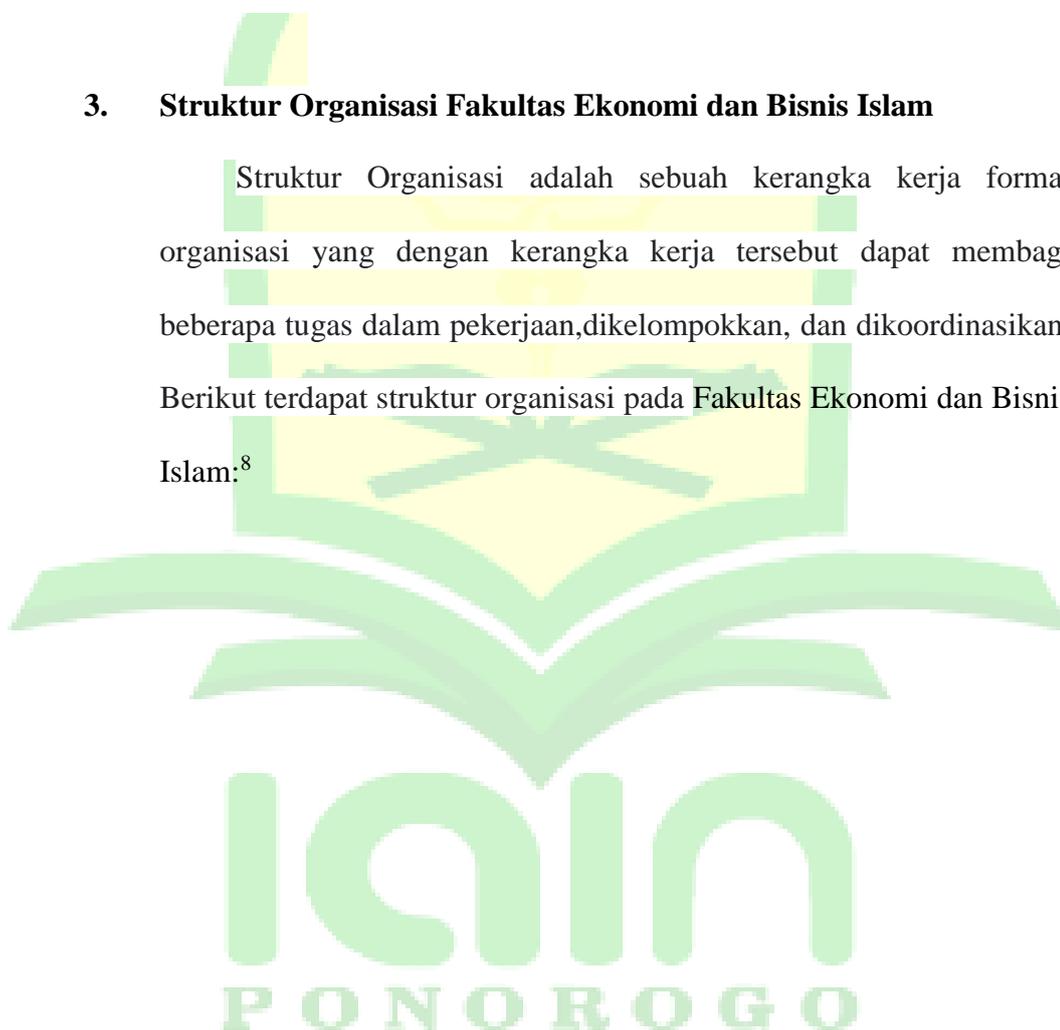
---

<sup>7</sup> ibid

- 3) Terlaksananya pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 4) Terjalannya kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.

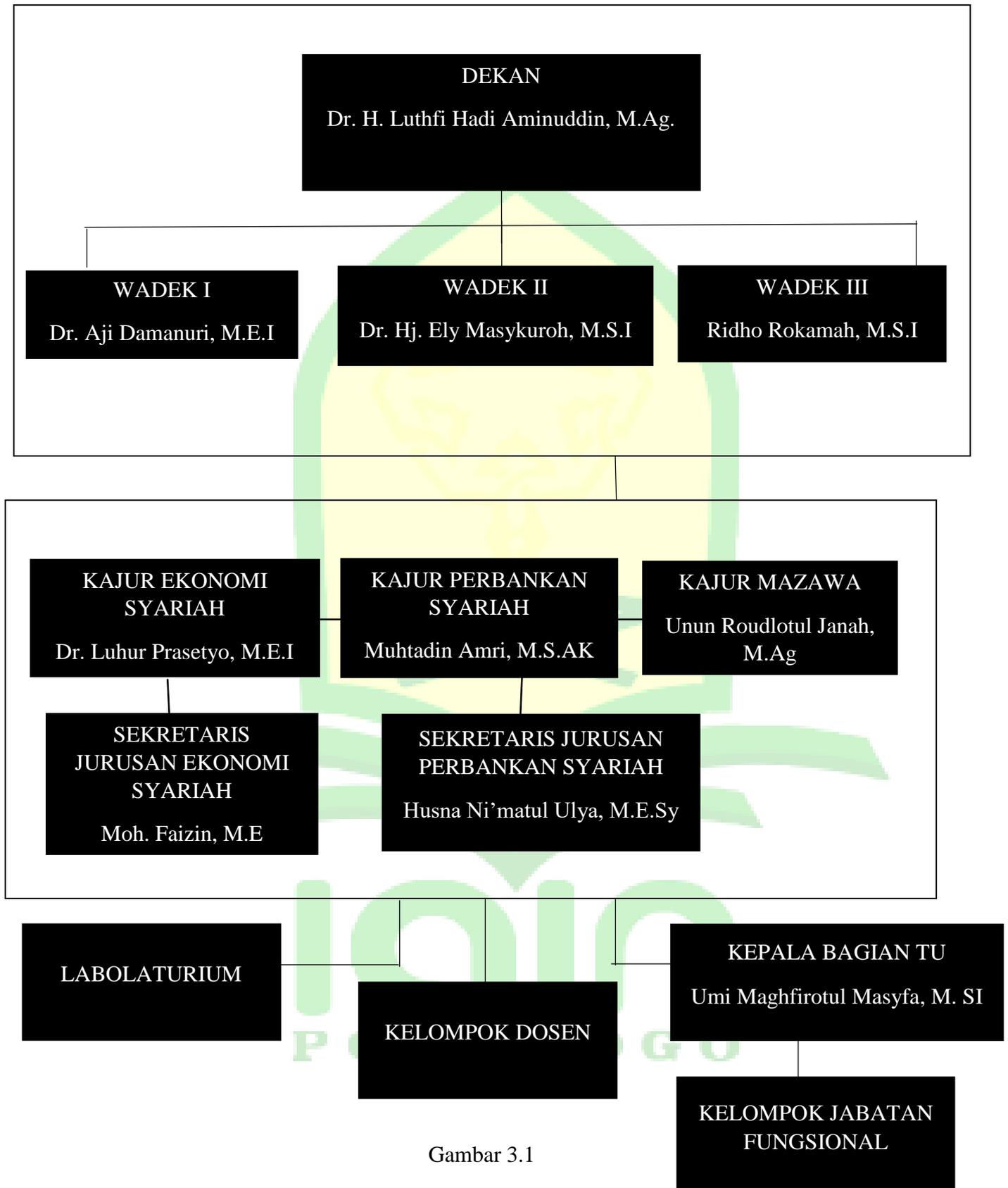
### 3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Struktur Organisasi adalah sebuah kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja tersebut dapat membagi beberapa tugas dalam pekerjaan, dikelompokkan, dan dikoordinasikan. Berikut terdapat struktur organisasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam:<sup>8</sup>



---

<sup>8</sup> Ibid.



Gambar 3.1

## B. Motif dan Tujuan Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee*

Konsumsi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mayoritas terpengaruhi oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor psikologis.

### 1. Motif Konsumsi dari Segi Kebudayaan

Menurut mahasiswi FEBI motif dalam berkonsumsi masih terpengaruh oleh konsumsi dari segi kebudayaan. Mahasiswi dalam berbelanja selalu mempertimbangkan dalam memenuhi kebutuhannya. Dikarenakan mahasiswi dalam berbelanja terutama pakaian masih mengikuti kebiasaan di masyarakat sekitar, berikut penjelasan dari mahasiswi jurusan perbankan syariah:

“Iya saya pertimbangkan dulu, kalau pas waktu mau beli baju di *shopee*, pasti saya mikir-mikir dulu. Soalnya setiap saya mau beli barang, saya harus pertimbangkan dulu dari sisi kesopannya dan nilai guna dari barang tersebut”.<sup>9</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah juga mengungkapkan tentang motif konsumsinya dari segi kebudayaan:

“Iya saya pikir dulu, soalnya saya takut kalau tidak sesuai sama diri saya. Kemaren saya beli Celana, tapi modelnya terlalu *glamour* sedangkan dilingkungan kos saya cenderung berpakaian yang sesuai standart maksud saya yang *simple* dan apa adanya. Maka dari itu, saya pertimbangkan dulu setiap mau beli barang”.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>10</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

Mahasiswi Jurusan MAZAWA juga mengungkapkan motif konsumsinya dari segi kebudayaan:

“Pasti saya pikir matang-matang dulu, saya kalau belanja *Fashion* yang terpenting bagi saya itu sebuah pertimbangan dulu mbak. Jadi, barang yang saya beli harus sesuai dengan kebiasaan yang dipakai oleh masyarakat sekitar”<sup>11</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkap motif konsumsinya dari segi kebudayaan:

“Saya pertimbangkan dulu, saya kalau mau belanja di *shopee* harus sesuai dengan lingkungan sekitar mbak, jadi apa yang mereka pakai jika saya pandang itu bagus dan orang lain suka, saya bakal beli karena saya orangnya suka belanja dan saya jika mau bertemu seseorang selalu berpenampilan yang menyesuaikan *trend* masa kini”.<sup>12</sup>

## 2. Motif konsumsi dari segi sosial

Konsumsi mahasiswi FEBI cenderung masih terpengaruh oleh teman dan lingkungan sosial dalam menentukan berbelanja di *shopee*. Mahasiswi dalam menentukan kebutuhannya mengikuti *trend* dan tidak percaya diri apabila tidak sesuai dengan temannya. Serta pengaruh dari teman sangat hebat baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti yang diungkapkan oleh Mahasiswi Perbankan Syariah:

“iya mbak, soalnya saya belanja dari pakaian sampai makanan itu selalu mempertimbangkan pas mau beli. Seperti beli makanan,

<sup>11</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>12</sup> Alfina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

jadi makanan itu juga yang termasuk disukai sama keluarga saya”<sup>13</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan motif konsumsinya dari segi sosial:

“Iya, saya beli barang di *shopee* terpengaruh oleh teman saya soalnya saya orangnya gak percaya diri kalau barang yang saya beli berbeda dari apa yang dipakai sama teman saya”<sup>14</sup>

Mahasiswi Jurusan MAZAWA mengungkapkan terkait dengan motif konsumsinya dari segi sosial:

“Kalau saya sih iya, soalnya barang yang dibeli sama teman saya itu kebanyakan *trend* sekarang. Misalnya sepatu, nah mereka belinya pasti yang sesuai dengan *trend* sekarang. Jadi, saya beli barang sekiranya saya suka dan cocok sama saya”<sup>15</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait dengan motif konsumsinya dari segi sosial:

“Dari saya sendiri iya mbak, kemaren saya beli *handphone* di *shopee* kebetulan saya bingung mau beli yang bagaimana, akhirnya teman saya memberitahu saya soal *merk* yang bagus dan dia juga pakai merk itu. Jadi dari pertimbangan itu saya akhirnya membeli *handphone* tersebut”<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>14</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>15</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>16</sup> Alfina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

### 3. Motif konsumsi dari Segi Psikologis

Motif konsumsi mahasiswa cenderung bersifat psikologis yang timbul dari keadaan diri seseorang yang mencerminkan mahasiswa dalam berbelanja. Dalam berbelanja mahasiswa dilatarbelakangi oleh kepercayaan diri dari setiap mahasiswa tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah terkait motif konsumsinya dari segi psikologis:

“Motivasi saya dalam belanja di *shopee* yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan meningkatkan kepercayaan serta sikap saya dengan belanja sesuai dengan lingkungan sekitar saya”<sup>17</sup>

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan motif konsumsinya dari segi psikologis:

“Seperti yang saya bilang tadi, saya termotivasi dari teman saya karena dengan saya mengikuti *trend* mereka saya merasa lebih percaya diri”<sup>18</sup>

Mahasiswa Jurusan MAZAWA mengungkapkan motif konsumsinya dari segi psikologis:

“Motivasi saya dalam berbelanja yaitu untuk diri saya sendiri. Jadi, saya setelah mempertimbangkan konsumsi tersebut saya merasa lebih siap melakukan suatu aktivitas dan lebih percaya diri mbak”<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>18</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>19</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan motif konsumsinya dari segi psikologis:

“saya termotivasi dengan teman saya, karena dia sudah memberitahu *merk* handphone yang cocok untuk saya beli. Dengan kapasitas penyimpanan lebih banyak, jadi saya lebih percaya diri untuk berfoto”<sup>20</sup>

#### 4. Tujuan Konsumsi Mahasiswi

Tujuan konsumsi mahasiswi cenderung untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari secara optimal dan tidak berlebihan dalam berbelanja. Seperti yang diungkapkan oleh Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah:

“dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari saya berupaya untuk tidak berlebihan dalam berbelanja mbak”<sup>21</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait tujuan konsumsinya:

“tujuan saya belanja di *shopee* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan upaya yang saya lakukan yaitu meminimalisir pengeluaran dan mengoptimalkan kebutuhan”<sup>22</sup>

Mahasiwi Jurusan MAZAWA mengungkapkan terkait tujuan konsumsinya:

---

<sup>20</sup> Alpina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>21</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>22</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

“saya berusaha untuk selalu optimal dalam belanja di *shopee*, agar kebutuhan sehari-hari saya tercukupi”<sup>23</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait tujuan konsumsinya:

“dalam belanja di *shopee*, saya memaksimalkan kebutuhan yang paling utama dan mengesampingkan keinginan sesaat dengan tujuan mempertahankan hidup”<sup>24</sup>

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswi dalam berkonsumsi masih terpengaruh dari segi kebudayaan, segi sosial seperti pengaruh teman dan sosial media yang meliputi *e-commerce shopee*. Serta dari segi psikologis mahasiswi yang dianggap dapat meningkatkan rasa percaya pada dirinya. Namun sebenarnya tujuan mahasiswi berbelanja adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang dianggap kebutuhan tersebut perlu untuk dipenuhi dalam kehidupan sehari-harinya. Seharusnya mahasiswi dalam berkonsumsi tidak terpengaruh dari segi kebudayaan, sosial, maupun psikologis karena hal tersebut yang memicu konsumsi mahasiswi menjadi tidak optimal.

### C. Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi Mahasiswi di E-Commerce Shopee

Skala prioritas kebutuhan konsumsi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tingkat kebutuhan *dharuriyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyah* (tersier). Yang menjadi kebutuhan mahasiswi sekarang

---

<sup>23</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>24</sup> Alpina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

cenderung mengarah ke kebutuhan sekunder dan tersier. Seperti yang diungkapkan oleh Mahasiswi Perbankan Syariah:

### 1. Kebutuhan *Dharuriyat* (Primer)

Pokok kebutuhan mahasiswi dalam memenuhi kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. Seperti yang telah diungkapkan oleh mahasiswi jurusan perbankan:

“Pokok konsumsi saya saat belanja di *shopee* adalah membeli makan dan membayar kos soalnya membayar kos sebagian dari prioritas kebutuhan saya”<sup>25</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Saya menganggap makan seperti nasi dan sayur serta membeli camilan adalah pokok dalam kebutuhan saya, tak lupa membayar kos juga termasuk kebutuhan pokok saya. Karena menurut saya membayar kos juga termasuk kebutuhan pokok saya”<sup>26</sup>

Mahasiswi Jurusan MAZAWA mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Dalam belanja yang menjadi pokok kebutuhan saya itu membeli snack di *shopee*, Untuk pembayaran kos saya menganggap itu kebutuhan penting karena saya menempati kos tersebut jadi suah menjadi kewajiban saya membayar kos tersebut tepat pada waktunya”<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>26</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>27</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Pokok dari belanja saya berupa bahan dapur dan camilan, kalau membayar kos juga sebagian dari kebutuhan saya, dan saya tidak pernah telat membayar uang kos”<sup>28</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Menurut saya pokok belanja saya di *shopee* terletak pada pakaian dan makanan camilan. Saya pernah membayar kos telat, sampai ditegur ibu kos saya tapi akhirnya saya bayar”<sup>29</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Yang menjadi pokok belanja saya di *shopee* berupa makan, dan kewajiban membayar uang kos walaupun saya pernah telat membayar uang kos.”<sup>30</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Pokok belanja saya di *shopee* itu membeli makanan dan minuman karena saya suka dengan makan. kalau membayar uang kos saya pernah telat 1-2 bulan tapi tetap saya bayar”<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Alpina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>29</sup> Ayu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>30</sup> Galuh, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>31</sup> Intan, *Wawancara*, 6 Februari 2023

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Kebutuhan yang paling pokok saat saya belanja di *shopee* adalah belanja kebutuhan makan seperti sayur, beras, dan bahan dapur. Setiap pegang uang kurang rasanya kalau tidak dibelikan baju. Bayar kos tiap bulannya saya sering telat tapi tetap saya bayar meskipun jaraknya lumayan lama”<sup>32</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“konsumsi pokok saya saat belanja adalah membeli produk camilan terkini seperti basreng, dan markoni pedas. Untuk membayar kos walaupun pernah terlambat namun saya tetap membayar kos.”<sup>33</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait skala prioritas kebutuhannya:

“Belanja kebutuhan pokok saya di *shopee* berupa jajan dan *snack*. Menurut saya memenuhi kebutuhan pokok sangat penting, tapi karena hal itu saaya sering lupa membayar uang kos dan kemaren dikeluarkan dari kos karena telat 6 bulan tidak membayar uang kos sama sekali karena menurut saya kebutuhan saya masih banyak”<sup>34</sup>

## 2. Kebutuhan *Hajjiyat* (Sekunder)

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dalam konsumsi berpakaian membutuhkan gaya *fashion* terkini yang dinilai sebagai

---

<sup>32</sup> Aulia, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>33</sup> Eka, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>34</sup> Dea, *Wawancara*, 6 Februari 2023

kelangsungannya dalam bepergian ke kampus. Seperti yang telah diungkapkan oleh Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah terkait kebutuhan *Hajjiyat* sekunder:

“Menurut saya fashion adalah kebutuhan yang sangat penting saat sedang bepergian soalnya saya suka mengikuti *trend* terkini.”<sup>35</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“saya gemar belanja terlebih tentang fashion karena dengan *fashion* saya merasa lebih percaya diri”<sup>36</sup>

Mahasiswi Jurusan MAZAWA mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“*fashion* itu penting bagi saya mbak, bahkan *fashion* menjadi bagian dari kebutuhan saya”<sup>37</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“menurut saya belanja *fashion* itu adalah pokok dari kebutuhan saya”<sup>38</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

---

<sup>35</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>36</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>37</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>38</sup> Alpina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

“menurut saya belanja di *shopee* yang paling penting itu adalah *fashion* mbak”<sup>39</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“saya itu orangnya tidak percaya diri kalau tertinggal model *fashion* terkini, jadi kebutuhan yang terpenting menurut saya adalah *fashion*”<sup>40</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“Penting banget belanja *fashion* soalnya di *shopee* selalu update *fashion* terkini yang menurut aku banyak pilihannya”<sup>41</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“Menurut aku penting sih mbak, soalnya kan saya kalau mau pergi ke kampus lebih percaya diri kalau *fashionnya* sesuai dengan *trend* sekarang”<sup>42</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“*Fashion* itu udah jadi bagian kebutuhan aku mbak, jadi kalau baju saya dirumah kiranya modelnya beda sama yang ada *shopee*

---

<sup>39</sup> Ayu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>40</sup> Galuh, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>41</sup> Intan, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>42</sup> Aulia, *Wawancara*, 6 Februari 2023

biasanya saya langsung beli lagi soalnya saya orangnya gampang tergiur sama model *fashion* sekarang”<sup>43</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Hajjiyat*:

“Penting mbak, menurut aku mending beli baju dari pada beli jajan soalnya aku suka banget koleksi baju”<sup>44</sup>

### 3. Kebutuhan *Tahsiniyah*

Dalam kebutuhan *tahsiniyah* mahasiswi, perhiasan dinilai penting saat bepergian karena untuk pelengkap *fashionnya* jika sedang bepergian ke kampus. Seperti yang dijelaskan oleh Mahasiswi Perbankan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

“Menurut saya perhiasan tidak terlalu penting karena saya tidak suka perhiasan mbak.”<sup>45</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

“Saya tidak hobby memakai perhiasan mbak, jadi menurut saya tidak penting dalam konsumsi saya”<sup>46</sup>

Mahasiswi Jurusan MAZAWA mengungkapkan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

<sup>43</sup> Eka, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>44</sup> Dea, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>45</sup> Martha, *Wawancara* 6 Februari 2023

<sup>46</sup> Ummu, *Wawancara* 6 Februari 2023

“Tergantung *mood* saya saat itu, soalnya saya tidak terlalu telaten memakai perhiasaan. Saya pernah belanja perhiasaan di *shopee* itupun juga cuman sekali atau dua kali aja”<sup>47</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

“Menurut saya tidak penting mbak, karena saya tidak terlalu suka pakai perhiasaan saya lebih suka belanja baju di *shopee*”<sup>48</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

“iya penting mbak, saya kalau belanja di *shopee* biasanya beli celana, sepatu, dan tas sekalian saya belikan perhiasaan”<sup>49</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

“kalau menurut saya penting sih, kan soalnya untuk mempercantik fashion saya. Kalau belanja di *shopee* saya usahakan juga membeli perhiasaan mbak”<sup>50</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Tahsiniyah*:

“Perhiasaan itu kan buat melengkapi penampilan kita, jadi menurut saya penting mbak apalagi kalau beli di *shopee* itu murah-murah pilihannya juga banyak”<sup>51</sup>

---

<sup>47</sup> Dinda, *Wawancara* 6 Februari 2023

<sup>48</sup> Alpina, *Wawancara* 6 Februari 2023

<sup>49</sup> Ayu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>50</sup> Galuh, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>51</sup> Intan, *Wawancara*, 6 Februari 2023

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait

kebutuhan *Tahsiniyah*:

“Hampir setiap bulannya saya beli perhiasan di *shopee* untuk kepentingan penampilan saya mbak”<sup>52</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait

kebutuhan *Tahsiniyah*:

“Menurut aku perhiasan itu cara kita untuk memperlihatkan penampilan kita kepada orang lain, jadi perhiasan itu penting mbak meskipun kulit saya sensitif tapi saya kalau mau beli perhiasan di *shopee* pilih-pilih dulu yang cocok saya pakai”<sup>53</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait

kebutuhan *Tahsiniyah*:

“kalau saya pribadi perhiasan itu penting mbak, soalnya kan saya hobby memakai perhiasan dan belinya juga di *shopee* soalnya di *shopee* murah dan gratis ongkir jadi pas banget sama budget saya”<sup>54</sup>

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pada skala prioritas kebutuhan konsumsi mahasiswi ditinjau dari kebutuhan *dhururiyah* (primer) dalam pemenuhannya belum mengedepankan konsumsi berupa pembayaran uang kos yang dianggap tidak menjadi prioritas kebutuhan mahasiswi, namun lebih mementingkan kebutuhan *hajjiyat* yang berupa konsumsi *fashion* atau baju, dan juga mementingkan kebutuhan *tahsiniyah* yang cenderung suka

---

<sup>52</sup> Aulia, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>53</sup> Eka, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>54</sup> Dea, *Wawancara*, 6 Februari 2023

membelanjakan uangnya untuk kebutuhan berhias diri. Dalam hal tersebut, mahasiswi seharusnya dapat membedakan antara kebutuhan primer dengan kebutuhan sekunder maupun tersier, agar dalam mengkonsumsi dapat memprioritaskan kebutuhan primernya, serta dapat menerapkan norma konsumsi dalam agama islam.

#### **D. Perilaku Konsumsi Mahasiswi di *E-Commerce Shopee***

Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam terdiri dari *Israf* dan *Tabdzir*, *Israf* artinya berlebihan sementara *tabdzir* boros.

##### **1. Perilaku *Israf***

Perilaku *israf* pada mahasiswi yang dilarang oleh agama Islam karena menimbulkan efek buruk pada diri manusia. Seperti yang diungkapkan oleh Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah terkait perilaku *Israf* :

“Barang yang saya konsumsi biasanya cuman baju sih, cuman saya orangnya gampang bosan. Kalau saya bosan bajunya saya kasih adek saya, dan saya beli lagi”<sup>55</sup>

Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Israf*:

“Saya tidak melebihi batas konsumsi soalnya saya harus optimal dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari”<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>56</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

Mahasiswi Jurusan MAZAWA mengungkapkan terkait kebutuhan *Israf*:

“Tergantung dengan *mood* saya saat itu, dan bagaimana barang yang dipakai teman saya. Karena saya beli barang sesuai dengan teman saya, walaupun model pada barang tersebut sama seperti punya saya dikos tapi kalau warnanya beda pasti saya beli”<sup>57</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan terkait kebutuhan *Israf*:

“pernah saya belanja melebihi batas kebutuhan saya, soalnya saya waktu itu pengen beli tas, sepatu, sama baju yang dipakai sama persis kaya saudara saya”<sup>58</sup>

## 2. Perilaku *Tabdzir*

Perilaku *Tabdzir* dalam konsumsi mahasiswi, perilaku tersebut dikenal dengan perilaku boros yang dilarang oleh agama Islam. Seperti yang diungkapkan oleh Mahsiswi Jurusan Perbankan Syariah terkait perilaku *Tabdzir*:

“Saya merasa belum puas karena baju yang saya beli ternyata rusak, tapi gapapa besok saya beli lagi dengan lebih teliti kalau mau belanja di *online*”<sup>59</sup>

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah mengungkapkan tentang perilaku *Tabdzir* dalam konsumsinya:

<sup>57</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>58</sup> Alpina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>59</sup> Martha, *Wawancara*, 6 Februari 2023

“Saya puas soalnya uang yang dikasih orangtua, saya manfaatkan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan saya sehari-hari selama di kos”<sup>60</sup>

Mahasiswa Jurusan MAZAWA mengungkapkan tentang perilaku

Tabdzir dalam konsumsinya:

“Saya tidak puas karena barang yang beli ukurannya gak pas di saya, dan saya memutuskan untuk beli lagi dengan ukuran yang sesuai”<sup>61</sup>

Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah mengungkapkan tentang perilaku *Tabdzir* dalam konsumsinya:

“Kalau dibilang puas pasti tidak ya, soalnya barang yang saya beli modelnya ternyata gak cocok pas saya pakai, dan mau saya tukar ke tokonya ternyata gak boleh. Akhirnya saya beli lagi dengan model yang cocok buat saya pergi jalan-jalan”<sup>62</sup>

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pada perilaku *israf* mahasiswi banyak mengkonsumsi barang yang sama untuk dibeli dikarenakan sudah bosan dengan barang yang mereka miliki dan banyak mahasiswi memberikan barangnya ke keluarga terdekat ketika barang tersebut sudah tidak terpakai, sedangkan dari perilaku *tabdzir* mahasiswi banyak yang tidak puas dengan barang yang telah dibeli dan banyak mahasiswi yang akhirnya membeli barang serupa dengan kualitas yang diharapkan lebih bagus dari barang yang sudah dibeli dahulu. Dalam hal

---

<sup>60</sup> Ummu, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>61</sup> Dinda, *Wawancara*, 6 Februari 2023

<sup>62</sup> Alpina, *Wawancara*, 6 Februari 2023

tersebut, mahasiswa seharusnya dalam berkonsumsi dapat menerapkan norma yang sesuai dengan syariat agama islam, serta menjauhi perilaku *israf* dan *tabdzir* dalam berkonsumsi.



## **BAB IV**

### **ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PONOROGO PENGGUNA *E- COMMERCE SHOPEE***

#### **A. Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Motif Dan Tujuan Konsumsi Di *E-Commerce Shopee***

Konsumsi dalam ekonomi Islam adalah adanya kebutuhan atas kepemilikan barang dan jasa waktu tertentu. Ilmu ekonomi menjelaskan tentang konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan tujuan hidupnya. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mayoritas adalah pengguna *E-Commerce Shopee*. Dalam agama Islam motif dan tujuan konsumsi juga sudah diatur dalam syariat agama Islam.<sup>1</sup> Berikut penjelasan mengenai motif dan tujuan dalam konsumsi mahasiswi:

##### **1. Motif konsumsi dari segi kebudayaan**

Mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki kebutuhan yang beragam, karena mahasiswi tersebut hidup dilingkungan yang berpakaian tidak aneh-aneh dan lebih ke apa adanya. maka setiap mahasiswi dalam berkonsumsi selalu mempertimbangkan

---

<sup>1</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995), 34.

kesopan dari barang yang hendak dibelinya, agar mahasiswi tidak dipandang buruk dan menyeleweng oleh masyarakat setempat.

Didefinisikan sebagai hasil kreatifitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku dimasyarakat. Faktor kebudayaan atau faktor lingkungan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen.<sup>2</sup>

Dari keterangan diatas dapat dianalisis bahwa, mahasiswi dalam berkonsumsi sesuai dengan norma yang berlaku dimasyarakat. Faktor lingkungan memang sangat berpengaruh dan menjadi turunan dari generasi ke generasi dalam lingkup yang luas. Maka setiap pakaian yang mahasiswi gunakan mencerminkan perilaku dan kebiasaan di kehidupan masyarakatnya.

## **2. Motif Konsumsi dari Segi Sosial**

Kegiatan konsumsi dilakukan oleh mahasiswi untuk memenuhi kebutuhannya. Selain terpengaruh oleh faktor budaya mahasiswi FEBI juga terpengaruh oleh faktor sosial khususnya di lingkup pertemanan dan media sosial seperti *E-Commerce Shopee*. Mahasiswi FEBI

---

<sup>2</sup> Bilson Simamora, *Pansudan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 6-8.

cenderung untuk mengikuti *trend* yang sedang marak saat ini. Disetiap membeli barang mereka selalu mengambil menirukan gaya *fashion* dari temannya.

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial. Kelompok acuan atau terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Biasanya kelompok rujukan tersebut terdiri dari keluarga dan teman. Pengaruh dari kelompok acuan tersebut antara lain yaitu menentukan produk atau merk yang mereka gunakan sesuai dengan aspirasi kelompok.<sup>3</sup>

Hasil wawancara kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* dapat disimpulkan bahwa dianalisis bahwa mahasiswi masih rentan terhadap pengaruh teman. Tidak peduli terhadap dampak yang akan terjadi. Mahasiswi tersebut hanya percaya bahwa barang apa yang dipakai atau dimiliki oleh seorang teman adalah barang yang sudah baik dan bagus untuk dipandang dan ditirukan, agar dapat mengikuti *trend* masa kini. Sedangkan mereka tidak menghiraukan konsumsi dalam syariat agama Islam.

### **3. Motif Konsumsi dari Segi Psikologis**

Motif konsumsi mahasiswi cenderung bersifat psikologis yang timbul dari keadaan diri seseorang yang mencerminkan mahasiswi

---

<sup>3</sup> Ibid.

dalam berbelanja. Dalam berbelanja mahasiswi dilatarbelakangi oleh kepercayaan diri dari setiap mahasiswi tersebut.

Motif konsumsi berhubungan dengan alasan pemenuhan keinginan atau kebutuhan akan barang dan jasa. Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa motif konsumsi dalam ekonomi Islam motif konsumsi adalah adanya kebutuhan atas kepemilikan barang dan jasa pada waktu tertentu.<sup>4</sup>

Hasil wawancara kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* dapat disimpulkan bahwa motif konsumsi dari segi psikologis mahasiswi dari dipengaruhinya mahasiswi memenuhi keinginan atau kebutuhan akan barang dan jasa tergantung dan cenderung mengikuti teman yang ada disekitarnya.

#### **4. Tujuan Konsumsi Mahasiswi**

Tujuan konsumsi mahasiswi cenderung untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari secara optimal dan tidak berlebihan dalam berbelanja.

. Dalam Islam, jika kita berbicara pada masalah tujuan, maka konsumsi Islami adalah tujuan yang sesuai dengan *maqasid*. As

---

<sup>4</sup> Ibid.

*Syari'iyah*<sup>5</sup> (tujuan syariah) itu sendiri. Tujuan syariah adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (masalah).<sup>6</sup>

Hasil dari wawancara kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-Commerce Shopee* dapat dianalisis bahwa mahasiswi IAIN Ponorogo cenderung memenuhi kebutuhan sehari-hari terlebih demi tercapainya suatu kesejahteraan mahasiswi itu sendiri.

Jadi, dari analisis diatas dapat di tarik kesimpulan yaitu, mahasiswi dalam berkonsumsi masih terpengaruh dari segi faktor kebudayaan yang dianggap suatu norma yang harus dipatuhi. Sedangkan dari segi faktor sosial mahasiswi masih terpengaruh oleh teman yang dianggap mengikuti *trend* masa kini. Serta dari segi faktor psikologis mahasiswi dalam berkonsumsi berupaya mengoptimalkan kebutuhannya namun motivasi belanja mahasiswi masih terpacu oleh pengaruh teman yang dianggap dapat meningkatkan rasa percaya diri dari setiap mahasiswi tersebut. Tujuan mahasiswi berbelanja adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang dianggap kebutuhan tersebut perlu untuk dipenuhi.

---

<sup>5</sup> Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Terjemah: Noor Iskandar dan M. Tolchah (Bandung: Gema Risalah Press, 1996), 369.

<sup>6</sup> Ibid.

## **B. Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi Mahasiswi Di *E-Commerce Shopee*.**

Skala Prioritas Kebutuhan Konsumsi adalah segala macam jenis kebutuhan manusia yang diurutkan berdasarkan dari tingkat kepentingan kebutuhan tersebut. Teori konsumsi Islam mengajarkan untuk membuat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. “Urutan prioritas kebutuhan tersebut adalah: *dharuriyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyah* (tersier)”<sup>7</sup>

### **1. Kebutuhan *Dharuriyat* (Primer)**

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belum bisa mengesampingkan keinginannya dari pada kebutuhannya. Dari wawancara yang telah peneliti lakukan, mayoritas mahasiswi mengutamakan belanja barang yang sebenarnya barang tersebut tidak menjadi pokok kebutuhan.

*Daruriyyah* adalah sesuatu yang wajib adanya menjadi pokok kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. Jika kebutuhan *dharuriyat* terabaikan maka akan membahayakan eksistensi manusia dalam menjalankan kehidupannya. kebutuhan *dharuriyat* termasuk dalam memelihara anak atau keturunan. Jadi kebutuhan-kebutuhan akan barang atau jasa serta pemeliharaan atas kebutuhan pokok harus terpenuhi.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Ika Yuni Fauzia, *Abdul Kadir Riyadi, Prinsi Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 16.

<sup>8</sup> Ibid.

Hasil kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* diatas dapat disimpulkan bahwa, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih dominan mengutamakan belanja barang dari pada memenuhi kebutuhan makan. Belanja yang dibelinya pun sebenarnya sudah dimiliki olehnya, namun karena mahasiswi tersebut menganggap bahwa barang-barang itu adalah kebutuhan pokok maka tertanam dari dalam dirinya untuk memprioritaskan kebutuhan tersebut. Sedangkan mayoritas mahasiswi telat bahkan lupa membayar kos, hal tersebut membuat pemilik kos menegurnya da nada juga yang dikeluarkan dari kos karena lama tidak membayar uang kos.

## 2. **Kebutuhan *Hajiyat* (Sekunder)**

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dalam konsumsi berpakaian membutuhkan gaya *fashion* terkini yang diperlukan guna untuk kenyamanan dan kepercayaan diri. Selain itu untuk melengkapi suatu kebutuhan pokok mahasiswi.

Kebutuhan *Hajiyat* merupakan kebutuhan sekunder yang bersifat melengkapi kebutuhan dasar. Sesuatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud membuat ringan, lapang, dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan dalam mengkonsumsi hidup.<sup>9</sup>

Hasil kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* diatas dapat disimpulkan bahwa berpakaian adalah

---

<sup>9</sup> Ibid.

kebutuhan pelengkap mahasiswi untuk meringankan kebutuhannya dalam kuliah. Selain itu manfaat yang didapat adalah untuk meningkatkan rasa percaya diri dan mengikuti gaya *trend* masa kini. Dengan adanya *fashion* kelengkapan konsumsi mahasiswi menjadi lebih nyaman dan adanya daya tarik tersendiri bagi mahasiswi tersebut.

### 3. **Kebutuhan *Tahsiniah* (Tersier)**

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mayoritas membutuhkan kelengkapan berhias untuk kelengkapan bepergian ke kampus. Maka dari itu dominan lebih suka berbelanja di *E-Commerce Shopee* karena dari harga dan fitur yang disediakan membuat mahasiswi berlangganan dalam belanja kelengkapan belajarnya di *E-Commerce Shopee*.

*Tahsiniah* adalah sesuatu yang diperlukan oleh norma atau tatanan hidup serta perilaku menurut jalan yang lurus. Hal yang bersifat tahsiniah berpangkal dari tradisi yang baik dan segala tujuan perikehidupan manusia menurut jalan yang baik.<sup>10</sup>

Hasil kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswi dalam membeli kelengkapan perhiasan melalui *E-Commerce Shopee*. Karena

---

<sup>10</sup> Hasan sulthoni, "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam Teori dan Praktek", *Jurnal STAI Muhammadiyah Tulungagung*, Volume. 02, Nomor. 02, (2015), 28.

dengan kelengkapan tersebut mahasiswa akan lebih percaya diri dalam berbelanja terutama untuk pergi ke kampus. Penampilan sangat berpengaruh terhadap rasa percaya diri dari diri seseorang, jika rasa percaya diri tersebut muncul maka manusia tersebut akan lebih senang menjalani sebuah kehidupan.

Jadi, dari analisis di atas dapat ditarik kesimpulan, Skala prioritas kebutuhan konsumsi mahasiswa ditinjau dari kebutuhan *dhururiyah* (primer) dalam pemenuhan kebutuhannya belum mengedepankan konsumsi berupa pembayaran uang kos yang dianggap tidak menjadi prioritas kebutuhan mahasiswa, namun lebih mementingkan kebutuhan *hajjiyah* yang berupa konsumsi *fashion* atau baju, dan juga mementingkan kebutuhan *tahsiniah* yang cenderung suka membelanjakan uangnya untuk kebutuhan berhias diri. Konsumsi mahasiswa lebih cenderung ke kebutuhan sekunder dan tersier. Sedangkan untuk kebutuhan primer masih diabaikan atau di kesampingkan.

### **C. Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di E-Commerce Shopee**

Dalam perilaku konsumsi sudah dijelaskan di Agama Islam bahwa memenuhi kebutuhan sesuai dengan porsi masing-masing namun mayoritas manusia masih berperilaku konsumtif. Agama Islam melarang perilaku *Israf* dan *Tabdzir* karena berperilaku berlebih-lebihan dan boros.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Murtadho Ridwan dan Irsad Andriyanto, "Sikap Boros: dari Normatif teks ke praktik keluarga muslim", *Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan perbankan syariah*, Volume. 11, Nomor. 2, (2019), 275.

## 1. Perilaku *Israf*

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mayoritas berperilaku *Israf*. Karena dengan pengaruh teman dan media sosial, mahasiswa tersebut terobsesi untuk selalu mengikuti *trend*. Meskipun barang yang dibeli sama dengan sebelumnya.

Islam melarang untuk bertindak *israf* (boros), pelarangan terhadap bermewah-mewahan dan bermegah-megahan, dan lain-lain. Larangan bersikap *israf* bukan hanya pada hal makanan dan minuman saja, melainkan juga berlaku pada cara bersolek (berhias). Bahkan al-Tabari meriwayatkan dari *Ata'*, larangan *israf* berlaku untuk segala hal (urusan kehidupan).<sup>12</sup>

Hasil kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* diatas dapat disimpulkan bahwa, perilaku mahasiswi lebih suka berperilaku *israf* dalam berbelanja. Karena adanya pengaruh konsumsi dari teman dan media sosial, hingga membuat mahasiswi tersebut mementingkan belanja yang sebenarnya itu tidak terlalu penting. Namun, demi mengikuti *trend* dan gaya masa kini maka dilakukanlan perilaku *Israf* tersebut.

## 2. Perilaku *Tabdzir*

Perilaku mahasiswi dalam mengkonsumsi mayoritas memiliki perilaku *tabdzir*. Barang yang seharusnya tidak dibeli justru dibeli, dan

---

<sup>12</sup> Ibid.

barang yang perlu dibeli justru diabaikan. Perilaku *tabdzir* tersebut membuat mahasiswi selalu bergantung pada barang yang tidak diperlukan untuk digunakan.

Menggunakan harta untuk sesuatu yang tidak benar. Islam melarang perilaku boros Allah menyebut pelaku *tabdzir* sebagai temannya setan dan Allah tidak mencintai manusia yang berilaku *tabdzir*.<sup>13</sup>

Hasil kepada beberapa mahasiswi IAIN Ponorogo pengguna *E-commerce Shopee* diatas dapat disimpulkan bahwa, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih dominan ke perilaku *tabdzir* yang mengarah ke perilaku boros. Mahasiswi tersebut sebenarnya hanya menirukan konsumsi dari temannya, hingga dirinya terjun untuk membeli barang yang sama namun nilai gunanya masih sama dengan barang yang dimilikinya dirumah.

Jadi, dari analisis diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumsi mahasiswi masih cenderung berperilaku *israf* dan *tabdzir*. Sedangkan barang yang sama sudah dimiliki oleh mahasiswi tersebut, namun karena ingin mengikuti gaya temannya seorang mahasiswi tersebut mau membeli barang serupa di *e-commerce shopee*. Karena mahasiswi tersebut menganggap jika bepergian harus menyesuaikan *fashion trend* masa kini yang bertujuan untuk memicu kepercayaan diri dari seseorang.

---

<sup>13</sup> Ibid.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitiann yang telah peneliti lakukan di dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Mahasiswi dalam berkonsumsi belum menerapkan norma dalam ekonomi islam karena konsumsi mahasiswi masih terpengaruh oleh motif konsumsi dari segi kebudayaan, sosial, dan psikologis. Hal tersebut dikarenakan lingkungan sekitar dan teman menjadi salah satu faktor pemicu dalam berkonsumsi. Sedangkan dalam tujuan berkonsumsi mahasiswi adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Skala prioritas Mahasiswi cenderung mengutamakan kebutuhan *hajjiyat* (sekunder) dan kebutuhan *tahsiniyah* (tersier) yang dianggap sebagai kebutuhan pokoknya. Sedangkan untuk kebutuhan *dharuriyat* (Primer) masih dikesampingkan atau tidak diutamakan. Hal tersebut dikarenakan mahasiswi masih belum bisa memprioritaskan kebutuhan pokok dalam konsumsinya. Sedangkan dalam ekonomi islam prioritas kebutuhan umat islam terletak pada makanan, dan konsumsi berpakaian/berhias diri secukupnya.

Konsumsi mahasiswi masih terpengaruh perilaku *israf* dan *tabdzir* yang dilarang oleh agama islam, sudah dijelaskan bahwa dalam konsumsi umat islam dengan porsi secukupnya dan tidak berlebihan. Hal tersebut dikarenakan konsumsi mahasiswi masih mengikuti gaya hidup mahasiswi yang berperilaku konsumtif.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Mahasiswi dalam berkonsumsi diharapkan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar dan sosial media.

2. Mahasiswi dalam berkonsumsi diharapkan dapat memperhatikan kembali dari segi kebutuhan yang diprioritaskan seperti yang sudah dijelaskan dalam syariat agama islam.
3. Mahasiswi dalam berkonsumsi diharapkan dapat menerapkan ketentuan yang sudah di syariatkan dalam agama Islam, dan menghindari perilaku konsumsi yang cenderung ke *Israf* dan *Tabdzir*.



## DAFTAR PUSTAKA

### Daftar Buku

- Capra M Umar, *Masa Depan Ilmu Ekonomi Perspektif Islam*, Terjemah Ikhwan Abidin, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, 182.
- Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Khallaf, Wahab Abdul, *Ilmu Ushul Fiqh*, Terjemah: Noor Iskandar dan M Tolchah Bandung: Gema Risalah Press, 1996.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Armstrong, Gary, Philip, and Kotler. *Principles of marketing. pearson education, (New Jersey : Pearson Education, 2010.*
- Prastowo Andi, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2016.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Riyadi Abdul Kadir dan Yuni Ika Fauzia. *Prinsi Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.

Rukajar, Ajat. *Pendekatan Kualitatif (Quality Research Approach)*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Sakr, M Akhmad. “*Islamic concept of Ownership and Its Economic Implikation*” , Jeddah: Islamic research and Training Institute, 1992.

Silalahi, Ulber. *Methode Penelitian Social*, Bandung: PT Refika Aditama, 2009.

Simamora, Bilson. *Pansudan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta, 2002.

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Suryana. *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* , Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.

Suwandi, Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif* , Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008.

Suwiknyo, Dwi. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

#### **Daftar Jurnal**

Abdurrahman, Dudung. “Israf dan Tabdzir: Konsepsi Etika-Religius dalam Alquran dan Perspektif Materialisme-Konsumerisme”. *Jurnal Mimbar*. Volume. 21, Nomor. 1, 2005.

Ahmad, Supriadi, Nur Isra. ”Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume. 4, Nomor. 1, 2020.

- Amalia, Jauharotul Rizqi. "Analisis Perilaku konsumtif dan daya beli konsumen terhadap belanja online dimasa pandemi covid-19," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI* Volume. 4 Nomor. 1, 2022.
- Andriyanto, Irsad dan Ridwan Murtadho. "Sikap Boros: dari Normatif teks ke praktik keluarga muslim". *Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan perbankan syariah*, Volume. 11, Nomor. 2, 2019.
- Anggraini, Yulia dan Kaharidoni Arohma Putri. "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar kpop di kalangan mahasiswi jurusan ekonmi syariah IAIN Ponorogo angkatan 2018," *Journal of Economics and Business Research*, Volume. 2 Nomor. 1, 2022.
- Ardania."Gaya Hidup Konsumerisme di era Modern (Study Analisis makna israf dalam riwayat An-nasa'i nomor indeks 2559 dengan pendekatan sosial ekonomi)". *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2022.
- Faizah, Ismaul. "Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus pada BTM Surya Amanah Jombang)". *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, Volume 1 Nomor 2, 2020.
- Lutfi, Mohammad. "konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam" *Jurnal Madani Syari'ah* Volume. 2, Nomor. 2, 2019.
- Khoiriyah, Rosyida Riza, "Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam membeli produk online shop Perilaku Konsumsi Islam," *Skripsi Ponorogo: IAIN Ponorogo*, 2021.
- Kusumawati Heni. "Hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di pekanbaru," *Skripsi*, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021.
- M, Sabandi. Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Skripsi*. Solo: Universitas Sebelas Maret, 2017.
- Mujahidah, A Nooriyah. "Analisis Perilaku konsumtif dan penanganannya (Studi Kasus pada peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar)," *Jurnal*, UNM, 2020.

Muthoharoh Nafi'ul Siti, Tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi siswa-siswi madrasah Aliyah pondok pesantren darunnaja kecamatan ketahun," *Skripsi*, IAIN Bengkulu.

Rofiqoh. "Makna Tabdzir dalam Al-Qur'an (Studi Pemikiran Quraish Shihab Dalam Kitab Tafsir Al-Misbah)," *Jurnal*, IAIN Ponorogo, 2020.

Sulthoni, Hasan. "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam Teori dan Praktek". *Skripsi*, STAI Muhammadiyah Tulungagung, Volume. 02, Nomor. 02, 2015.

Tiya, Waryanti. "Perilaku konsumsi mahasiswi yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro).

Wahyudi, Amin dan Bekti Panji Sudono. "Utilitas Konsumen Konsumen," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, Volume. 4, Nomor. 3, 2022.

Wardani, Mei Rahayu. "Perilaku Konsumsi Mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam (Studi pada Mahasiswa IAIN Ponorogo)," *Skripsi*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.

Zuhriyah, Dhukha. "Perilaku Konsumtif ditinjau dari gaya hidup hedonis dan persepsi terhadap iklan produk wardah pada mahasiswi UIN Raden Intan Lampung". *Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2020.

#### **Daftar Wawancara**

Alpina. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Aulia, Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Ayu. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Dea. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Dinda. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Eka. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Intan. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Martha. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

Ummu. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Konsumen Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Pengguna *E-Commerce Shopee*, (06 Februari 2023).

#### **Daftar Website**

Website Febi..<https://febi.iainponorogo.ac.id/>.diakses pada tanggal 01 Februari, jam 22:11.

Website.LPPM.[https://lpm.iainponorogo.ac.id/wpcontent/uploads/2020/08/6.-SOP-FEBI\\_2017.pdf](https://lpm.iainponorogo.ac.id/wpcontent/uploads/2020/08/6.-SOP-FEBI_2017.pdf). diakses pada tanggal 1 Februari 2023, Jam 11.53.

#### **Daftar Al-Quran**

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Al-Anam ayat 141, Jakarta: PT. Kudasmoro Grafindo Semarang, 1994.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, AL-Isra' ayat 26-27, Jakarta: PT. Kudasmoro Grafindo Semarang, 1994.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Al-Isra' ayat 27, Jakarta: PT. Kudusgoro Grafindo Semarang, 1994.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Asy-Syu'ara' ayat 128, Jakarta: PT. Kudusgoro Grafindo Semarang, 1994.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surah Al-Furqon ayat 67, Jakarta: PT. Kudusgoro Grafindo Semarang, 1994.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surah AN-Nahl ayat 81, Jakarta: PT. Kudusgoro Grafindo Semarang, 1994.

