

**ETIKA KONSUMSI ISLAM DAN PERILAKU KONSUMSI
PADA FENOMENA FLASH SALE
(STUDI KASUS MAHASISWA IAIN CURUP)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH :

DEPRIANDO
NIM. 19681006

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
2026**

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Di

Curup

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Depriando mahasiswa IAIN Curup yang berjudul **"Etika Konsumsi Islam Dan Perilaku Konsumsi Pada Fenomena Flash Sale"** sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian surat permohonan ini kami ajukan, terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Curup, Mei 2026

Mengetahui,

Pembimbing I


Noprizal, M.Ag
NIP. 19771052009011007

Pembimbing II


Soleha, SE.I. M.E
NIP. 199310062025212019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Depriando

NIM : 19681006

Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul skripsi : Etika Konsumsi Islam Dan Perilaku Konsumsi Pada Fenomena
Flash Sale (Studi Kasus Mahasiswa Iain Curup)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini bukan merupakan karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan untuk dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan seperlunya.

Curup, 2 - Jun -2026


Depriando
NIM.19681006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan: Dr. A.K. Aini No. 01 P.O. Box 108 Hp: 07321 21010 21759 Fax: 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: adms@iaincurup.ac.id Kode Pos: 29119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 454 / Il. 141 S/PP 009/cj /2026

Nama : Depriando
NIM : 19681006
Fakultas : Syariah Dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Etika Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Pada Fenomena Flash Sale (STUDI KASUS MAHASISWA IAIN CURUP)

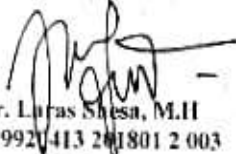
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 17 Juni 2026
Pukul : 13.00 s/d 12.30 WIB
Tempat : Ruang II, Fakultas Ekonomi Islam

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua


Dr. Lufas Shesa, M.H.
NIP. 19920413 201801 2 003

Sekretaris


Ranas Wijaya, M.E.
NIP. 199008012023211030

Penguji I


Dr. Rahman Arifin, M.E.
NIP. 198812212019031009

Penguji II


Topan Alparedi, M.M.
NIP. 19881220 202012 1 004


Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam


Dr. Mabrus Syah, S.Pd., S.I.Pi., M.H.I.
NIP. 19800818 200212 1 003

SISTEM TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
خ	Ta ^ʿ	T	Te
ز	Tsa ^ʿ	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
ك	Kha	Kha	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra ^ʿ	R	Er
ش	Zai	Z	Zet
ص	Sin	S	Es
س	Syin	Sy	Es dan ye
ض	Ṣhad	Ṣh	Es (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍhad	Ḍh	De (dengan titik di bawah)

ط	Ṭaʿ	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„Ain	..‘..	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Faʿ	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ه	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ح	Haʿ	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Yaʿ	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti halnya dalam vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (diftong).

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Contoh:

قَالَ طُنْزُل = qāla subhānaka

شَامَا رَمَادْلَانَا = shāma ramadlāna

رَمَا = ramā

فِيهَا مَنْفَعَاتُ = fihā manāfi'u

يَكْتُبُونَا مَا يَمْكُرُونَا = yaktubūna mā yamkurūna

إِزْقَالَ يُونُسَ لِيَاثِي. = izqāla yūsufa liabīhi.

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua macam:

- 1) Ta' Marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasroh dan dlamah, maka transliterasinya adalah /t/.
- 2) Ta' Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, maka transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti dengan kata yang memakai al serta bacaan keduanya terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh:

رَوْضَةُ الْإِطْفَافِ	<i>Raud}atul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	<i>al-Madīnah al-munawwarah</i>

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا	<i>Rabbanā</i>
صَلِّ	<i>Nazzala</i>
الْبِرُّ	<i>Al-birru</i>
الْحَجُّ	<i>Al-hajju</i>

F. Kata Sandang

1) Diikuti oleh Huruf Syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan bunyinya dengan huruf /I/ diganti dengan huruf yang langsung mengikutinya. Pola yang dipakai ada dua, seperti berikut:

Contoh:

	Pola Penulisan
الرَّجُلُ	<i>Ar-rajulu</i>
أَسْطُ	<i>Asy-syamsu</i>

2) Diikuti oleh Qamariyah.

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan-aturan di atas dan dengan bunyinya.

Contoh:

	Pola Penulisan
الْبَدِئَةُ	<i>Al-badī'u</i>

القمر	<i>Al-qamaru</i>
-------	------------------

Catatan: Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariyah, kata sandang ditulis secara terpisah dari kata yang mengikutinya dan diberi tanda hubung (-).

3) Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan opostrof. Namun hal ini hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Apabila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan karena dalam tulisannya ia berupa alif.

Contoh:

	Pola Penulisan
ذَٰخِرُ	<i>Ta `khuz ūna</i>
اَشْهَادُ	<i>Asy-syuhadā`u</i>
اُوسِيخُ	<i>Umirtu</i>
فَلَانِي نَهَا	<i>Fa `tibihā</i>

4) Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata-kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dalam penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Penulisan dapat menggunakan salah satu dari dua pola sebagai berikut:

Contoh:

	Pola Penulisan
وَأَيُّهَا الْيَاسِينَ	<i>Wa innalahā lahuwa khair al-rāziqīn</i>
فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	<i>Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna</i>

5) Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat.

Contoh

وَأَيُّهَا الْيَاسِينَ	<i>Wa ma> Muhammadun illa< rasu< l</i>
أَوَّلُ نَبِيٍّ وَضَعُ يَاسِينَ بَوْرِي نَشْرُ مَا	<i>Inna awwala baitin wudi'a linna<si lallaz i> bi Bakkata muba>rakan</i>
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	<i>Lilla>hi al-amru jami<'an</i>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur Penulis ucapkan ke hadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Etika Konsumsi islam dan perilaku pada fenomena flash sale studi kasus Mahasiswa IAIN Curup disusun. Tidak lupa pula penulis mengucapkan solawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada kekasih Allah junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga dengan bersalawat kita akan mendapatkan Syafa'at di yaumul akhir. Amin Ya Rabbal'amin, dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, saran dan informasi yang penulis sangat butuhkan, sehingga penulisan ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih

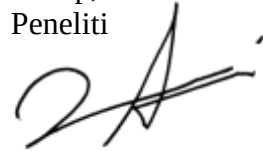
1. Dr. Mabror Syah, S.PD.I.,S.IPI.,M.H.I. Selaku Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Andriko, M.E.Sy sebagai ketua prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Curup.
3. Mega Ilhamiwati, S.Sy.,M.A.,AWPS sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan berbagi ilmu kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Noprizal, M.Ag Sebagai pembimbing I yang telah bersedia membimbing, dan berbagi ilmu untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi Ini
5. Soleha, S.E.I., M.E sebagai pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan berbagi ilmu untuk membantu peneliti dalam

menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah membekali peneliti dengan berbagai ilmu pendidikan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan, atas perhatiannya peneliti ucapkan terimakasih.

Curup, 11 Mei 2026
Peneliti



Depriando
NIM : 19681006

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya“

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Ketika usaha dan do“a bersatu, tidak ada yang tidak mungkin“

“Mereka tidak perlu tau prosesmu seperti apa, tapi menyelamlah sedalam mungkin sampai orang lain tidak tau kegiatan mu dan muncul lah kepermukaan dengan kesuksesan mu”

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang”

-Imam Syafi'i-

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikan aku kekuatan, membekali aku dengan ilmu serta memperkenalkan aku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Tak lupa pula marilah kita senantiasa bershalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman penuh kegelapan menuju zaman penuh cahaya Islam yang terang menerang. Berkat perjuangan, dakwa, serta sunah-sunah beliau sehingga saat ini kita masih dapat merasakan nikmat iman, nikmat menuntut ilmu, serta menjalani kehidupan dengan tuntunan penuh dengan keberkahan.
3. Perempuan hebat dan pintu surgaku, Ibuku tercinta Rita Hartati Terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan skripsi ini untuk mu ibuku tersayang. karena semua pengorbanan dan tulus kasihmu kepadaku. Doamu sangat berarti bagiku, sarjanaku kupersembahkan untukmu ibuku. Terimakasih telah memberikan kasih sayang yang tiada hentinya untuk putramu ini.
4. Lelaki terhebat panutan dalam hidupku Bapak Evan Hairul Aswan, yang selalu menjadi pahlawan, penyemangatku, yang tiada henti hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta. Terimakasih untuk kerja keras nya selama ini sehingga putramu sampai ketitik yang tidak pernah anakmu bayangkan dan terimakasih berkat doa dan dukunganmu sehingga penelitian bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi untuk selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidupku.
5. Saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya Pemas Setiawan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan peneliti.
6. keluarga dan sanak saudara yang sudah membantu memberi support dalam proses perkuliahan peneliti selama ini yang tidak bisa disebut satu satu. Terima kasih atas bantuan kalian selama ini, peneliti doakan semoga kalian sehat-sehat selalu.

ABSTRAK

Depriando NIM 19681006 “Etika Konsumsi Islam Dan Perilaku Konsumsi Pada” Fenomena Flash Sale Skripsi Program studi Ekonomi Syariah

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku konsumsi mahasiswa/i muslim Program studi ES & PS IAIN Curup terhadap adanya dorongan harga murah terhadap fenomena *flash sale*, serta memahami pemahaman mahasiswa/i dalam prinsip etika konsumsi islam, serta menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa/i ditinjau dari konsep *israf* dan *al-itidal*, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada 10 informan mahasiswa/i Program Studi ES & PS, data dianalisis dalam reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa fenomena *flash sale* mendorong munculnya perilaku konsumsi impulsif pada mahasiswa ES & PS, hal ini ditandai dengan adanya pembelian tanpa perencanaan, rasa takut kehabisan stok, sehingga pernah menyesal saat ikut serta dalam *flash sale*, dan pembelian barang yang tidak terlalu dibutuhkan akibat tergiur potongan harga, selain itu sebagian mahasiswa ada yang termasuk golongan tidak impulsif melainkan melihat fenomena *flash sale* adalah sebagai bentuk strategi penjualan yang berulang, selain itu sebagian besar informan yang terkait sudah memahami mengenai *israf* dan *al-itidal* dengan baik meskipun secara teori masih banyak informan yang belum bisa menjelaskan secara terperinci, tetapi di dalam diri mereka telah tertanam konsep *israf* dan *al-itidal* itu sendiri, tetapi dalam praktiknya belum sepenuhnya mampu menerapkan prinsip secara konsisten, hampir merata informan yang telah diteliti menunjukkan perilaku *israf* , namun ada beberapa yang telah menunjukkan perilaku *al-itidal*, melalui pengendalian diri yang baik, menggunakan *flash sale* sesuai kebutuhan dan membatasi bujet.

Kata kunci : *Etika Konsumsi Islam, Perilaku Konsumsi, Flash sale, israf, Al-itidal*

ABSTRACT

Depriando, Student ID 19681006 “Islamic Consumption Ethics and Consumer Behavior in the Flash Sale Phenomenon” Thesis, Islamic Economics Program

This study aims to determine the consumption behavior of Muslim students in the ES & PS programs at IAIN Curup in response to low prices during flash sales, as well as to understand the students’ understanding of the principles of Islamic consumption ethics, and to analyze students’ consumption behavior from the perspective of the concepts of israf and al-itidal, this study employs a qualitative research method with a descriptive approach; data collection was conducted through interviews with 10 student informants from the ES & PS Study Program, the data was analyzed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research findings indicate that the phenomenon of flash sales encourages impulsive consumption behavior among ES & PS students, This is characterized by impulse buying, a fear of running out of stock, which can lead to regret after participating in a flash sale, and purchasing items that aren’t really needed simply because of the allure of discounts, In addition, some students do not fall into the impulsive category but view flash sales as a recurring sales strategy, In addition, most of the informants involved have a good understanding of israf and al-itidal; although, in theory, many are still unable to explain them in detail, the concepts of israf and al-itidal are already ingrained within them. However, in practice, they are not yet fully capable of consistently applying these principles. Nearly all the informants studied exhibited wasteful behavior, though some demonstrated moderation through good self-control, using flash sales only as needed, and setting budget limits.

Keywords: *Islamic Ethics of Consumption, Consumer Behavior, Flash Sale, Wastefulness, Moderation*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiasi	ii
Halaman Pengesahan Penguji	iii
Halaman Transliterasi Arab-Indonesia	iv
Kata Pengantar	xi
Motto	xvi
Persembahan	xv
Abstrak	xvii
Daftar Isi	xviii
Daftar Tabel	xix
Daftar Gambar	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan masalah	8
C. Rumusan masalah	8
D. Tujuan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Literatur	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Etika Konsumsi Dalam Islam	16
B. Perilaku Konsumsi	22
C. Teori Flash Sale	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	28
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Lokasi dan waktu Penelitian	33
D. Subjek Penelitian	34
E. Jenis data dan Sumber data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	36
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Temuan Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	73
B. Saran	75
Daftar Pustaka	
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1.1 Pra-Survei	5

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1.1 Diagram Survei Motivasi <i>flash sale</i>	5
1.2 Diagram Semangat Berbelanja <i>flash sale</i>	6

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia yang telah kita rasakan saat ini semakin pesat, sehingga memberi pengaruh kepada pola belanja masyarakat sendiri, termasuk di kalangan mahasiswa, berbagai platform seperti shopee, tiktok shop, lazada dll, platform ini memberikan fitur-fitur yang sangat menarik untuk menarik perhatian masyarakat, dengan menawarkan potongan harga yang besar, gratis ongkir, *cashback*, dan *flash sale*. Program ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen, karena memberikan kesan harga yang lebih murah.

Pada awal kemunculannya, strategi flash sale dikonseptualisasikan sebagai program promosi eksklusif yang pelaksanaannya terikat ketat pada kalender momentum tertentu. Biasanya ketika ada event besar seperti tanggal kembar, event hari raya, penjual biasanya mengumumkan promo kilat ini dari jauh-jauh hari dan meletakkannya pada jam-jam puncak (seperti pukul 00:00 WIB). Pola waktu terjadwal ini sangat ditunggu-tunggu oleh konsumen karena menyajikan potongan harga yang sangat drastis dalam ruang tunggu yang terbatas, Seiring dengan semakin tingginya kompetisi antar-penjual dan kebutuhan untuk melikuidasi perputaran barang secara cepat, realitas pola waktu flash sale saat ini telah bergeser. Kebijakan promosi kilat tidak lagi menjadi event bulanan yang eksklusif, melainkan telah bertransformasi menjadi fenomena harian yang terjadi secara setiap hari dan bahkan sering kali muncul secara mendadak. Pergeseran ini terealisasi melalui dua bentuk eksekusi

Dengan adanya platform ini memberikan keuntungan kepada kedua pihak baik itu konsumen maupun produsen, tetapi fenomena ini juga tak luput dari permasalahan, dengan adanya strategi *flash sale* hal ini bisa membuat pola pikir manusia terdorong untuk melakukan pembelian yang spontan tanpa melakukan pertimbangan yang matang, mengenai kebutuhan dan manfaat barang yang akan dibeli, di dalam agama Islam sendiri melakukan pembelian yang berlebihan menjadi ciri hamba yang fasik.

Agama Islam mengajarkan untuk bisa mengendalikan diri dengan baik dalam berperilaku konsumsi, agar tidak terjerumus kedalam *israf* (berlebihan) atau berperilaku boros, dan harus bisa mengetahui mana yang baik dan buruk, ada beberapa bentuk perilaku konsumsi, konsumsi berdasarkan kebutuhan seperti beli beras, konsumsi yang mana harus membeli barang dengan kualitas yang baik dan sesuai fungsi, konsumsi produktif seperti beli bibit untuk dikelola, ada juga bentuk konsumsi atau perilaku yang biasanya terjerumus kedalam *israf* seperti konsumsi yang irasional yang mana lebih mementingkan tampil keren, konsumsi berdasarkan keinginan seperti membeli parfum yang mahal.

Konsumsi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai bagian dari ibadah yang harus patuh pada nilai-nilai Syariah¹, jika seseorang muslim menjalankan agama yang baik, dia

¹ Rika Iрпиани, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Konsumen Online Shop dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidempuan)*, 2023.

akan menghindari perilaku yang *israf*, karena *israf* ini dilarang dalam agama islam pada surah QS. Al-A'raf (7) : 31

يَبْنِيْءَ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya : wahai anak cucu adam ! pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetap jangan berlebihan, sungguh, allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

Pemikiran tokoh klasik Islam, Imam Al-Ghazali. Dalam konsep konsumsi Islam yang dikemukakannya, Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa konsumsi seharusnya tidak sekadar berorientasi pada pemuasan hawa nafsu atau syahwat materi semata, melainkan didasarkan pada prinsip kemaslahatan, kecukupan dan tujuan ibadah. Al-Ghazali sangat mengecam perilaku *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabzir* (pemborosan) karena dinilai dapat merusak kondisi spiritual atau hati seseorang. Adanya kesenjangan antara pengetahuan teoretis etika konsumsi yang dipelajari mahasiswa di bangku perkuliahan dengan realitas perilaku konsumtif mereka saat menghadapi promosi digital menjadi masalah utama yang melandasi pentingnya penelitian ini. Melalui kacamata Al-Ghazali, tindakan pembelian impulsif tanpa kontrol ini mencerminkan kegagalan kendali diri dalam membendung stimulasi luar yang ditawarkan oleh algoritma belanja modern.²

² Biografi Imam Al-Ghazali, "Pemikiran Ekonomi Islam Imam Al-Ghazali," *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*

Berdasarkan temuan Adi Jaya Saputra dari adanya program gratis ongkir dan juga dari adanya promo hari istimewa ini membuat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.³ Temuan selanjutnya dari Mahabatul Hidayah, Mirzam Arqy Ahmadi, dari program *flash sale*, gratis ongkir dan viral marketing memberikan dampak yang negatif kepada konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang tidak terencana, selain itu temuan pada Tasya Melsa Delia, motivasi yang membuat semangat dalam berkonsumsi dipengaruhi 2 faktor yaitu untuk meningkatkan gaya hidup, dan juga faktor dorongan dari teman-teman, menurut temuan dari Muhammad Jarudin, Rangga Andrian, Angga Prasetya Lesmana, Ridha Fitria, Heryani, Laela Sari Restiani, Irma Nuraida, Nurhaeni Sikki, dari strategi pemasaran *flash sale* yang menarik memberikan dampak positif dan negatif, dengan adanya program ini memberikan kontribusi yang besar untuk mendapati diskon besar. Urgensi waktu dan stok yang terbatas sehingga menimbulkan pembelian yang tanpa terencana. Selain itu dampak positif yang dirasakan konsumen merasa puas selama program *flash sale* ini memberikan produk yang sesuai dengan keinginan.

Sehingga hal ini memberikan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian, pada tanggal 17-09-2025 peneliti melakukan pra-survey sementara kepada mahasiswa IAIN Curup untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam mengikuti *flash sale* yang di tinjau dalam *israf & al-itidal*.

³ Adi Jaya Saputra, Noprizal Noprizal, And Fitmawati Fitmawati, “Pengaruh Promosi Hari Istimewa Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee” (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Curup, 2026).

NO.	NAMA	NIM	PRODI
1.	Abdul Hamid	23631001	Perbankan Syariah
2.	Adinda Puspa Gemilang	22681003	Ekonomi Syariah
3.	Ahmad Assodik	22681005	Ekonomi Syariah
4.	Anggi Faulina	23631005	Perbankan Syariah
5.	Anggi Heliyana Putri	23631006	Perbankan Syariah
6.	Ayunsa Putri	23631013	Perbankan Syariah
7.	Bella Aulia Putri Antoni	23631014	Perbankan Syariah
8.	Dapit Satrio Pangestu	23631015	Perbankan Syariah
9.	Diah Ayu Azizah	23631016	Perbankan Syariah
10.	Dini Avita Pratiwi	23631017	Perbankan Syariah
11.	Dita Merliyana	23631019	Perbankan Syariah
12.	Femas Permana Putra	23631026	Perbankan Syariah
13.	M, Difho Awang Ganesa	24631054	Perbankan Syariah
14.	Melsa Sutria	23631040	Perbankan Syariah
15.	Muhamad Andre	23631046	Perbankan Syariah
16.	Munaya Rohati	23631047	Perbankan Syariah
17.	Naufal Al Faridho	23631052	Perbankan Syariah
18.	Nopia Dwi Lestari	23631053	Perbankan Syariah
19.	Olipia Permata Monica	23631054	Perbankan Syariah
20.	Putri Yanti	22681035	Ekonomi Syariah

TABEL 1.1

Hasil Pra-Survei sementara pada mahasiswa IAIN Curup



GAMBAR 1.1

Berdasarkan gambar 1.1, bahwasanya dari ke 20 mahasiswa IAIN Curup, 85 % termotivasi mengikuti *flash sale* dikarenakan harga yang murah.



GAMBAR 1.2

Berdasarkan Gambar 1.2, dari ke 20 mahasiswa IAIN Curup, 80 % setuju dan sangat setuju dari adanya program *flash sale* membuat mereka lebih semangat untuk berbelanja.

Dari data hasil pra-survei sementara 80 % mahasiswa bahwa mengikuti program ini memberikan semangat berbelanja, dikarenakan harga yang murah, perlu di ingat bahwasanya *flash sale* bukan hanya sekedar fenomena ekonomi tetapi juga tidak luput dari aspek psikologi mahasiswa yaitu belanja impulsif dan rasa takut kehilangan kesempatan dalam adanya *flash sale*.

Penelitian mengenai *flash sale* sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada pengaruh *flash sale* terhadap keputusan pembelian, perilaku konsumtif dan juga menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengukur variabel tertentu dalam perilaku konsumen, penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena hanya berfokus pada perilaku konsumsi mahasiswa dalam mengikuti *flash sale*, khususnya *israf* dan *al-itidal*, selain itu penelitian ini menggunakan metode

kualitatif, menggali pengalaman, pandangan dan pemahaman informan lebih mendalam mengenai fenomena *flash sale*, penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi Islam yang berkaitan dengan etika konsumsi islam dan perilaku konsumsi di era digital, selain itu juga penelitian ini diharapkan menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa terutama yang berkaitan dengan etika konsumsi, perilaku konsumsi konsep *israf* dan *al-itidal*.

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah, karena mereka salah satu mahasiswa yang aktif dan dekat dengan pembelajaran ekonomi Islam, karena memiliki pengetahuan mengenai etika konsumsi Islam, larangan *israf* serta pentingnya menerapkan konsep *al-itidal* pada kehidupan sehari-hari, selain itu di sisi lain mahasiswa juga sangat rentan terpengaruh dengan budaya *flash sale* karena pengaruh promosi diskon, *cashback*, dan gratis ongkir, hal ini dapat menimbulkan pertanyaan yang menarik bagaimana mahasiswa telah mempelajari nilai-nilai ekonomi Islam dan bagaimana mereka menerapkannya pada kehidupan sehari-hari, sementara itu di sisi lain islam menuntut keseimbangan dan pengendalian diri dalam konsumsi, kesenjangan inilah yang membuat penulis tertarik mengkaji skripsi yang berjudul **“ETIKA KONSUMSI ISLAM DAN PERILAKU KONSUMSI PADA FENOMENA FLASH SALE (STUDI KASUS MAHASISWA IAIN CURUP)”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut mengingat banyaknya permasalahan yang akan di bahas maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkupnya agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian, oleh karena itu peneliti membatasi pembahasan yang dikaji yang mana batasan masalah hanya berfokus pada bentuk perilaku konsumsi, bagaimana mahasiswa memahami prinsip etika konsumsi islam dan pola perilaku mahasiswa berkaitan dengan *israf* dan *al-itidal*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan data kajian yang telah dibuat oleh penulis, maka di sini penulis mengidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk perilaku konsumsi mahasiswa/i yang muncul akibat dorongan harga murah dalam *flash sale* ?
2. Bagaimana mahasiswa/i ES & PS memahami prinsip etika konsumsi Islam dalam menghadapi godaan *flash sale* dengan potongan harga yang besar ?
3. Bagaimana analisis etika konsumsi Islam terhadap pola perilaku konsumsi mahasiswa pada *flash sale* ditinjau dari konsep *israf* (berlebihan) *al-I'tidal* (keseimbangan) ?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti, maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa Muslim yang muncul akibat dorongan harga murah dalam *flash sale*.

2. Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Muslim memahami prinsip etika konsumsi Islam dalam menghadapi godaan *flash sale* dengan potongan harga yang signifikan
3. Untuk mengkaji konsep etika konsumsi Islam yang meliputi prinsip *israf* dan *i-tidal*.

E. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang besar harapan peneliti sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a) Hasil dari penelitian ini besar diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam menambah ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumsi mahasiswa dalam melakukan transaksi belanja online, terkhususnya untuk pelaku konsumsi dalam mengikuti *flash sale* yang di tinjau dari etika konsumsi Islam.
 - b) Besar harapan peneliti agar hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang luas mengenai perilaku konsumsi dalam mengikuti *flash sale* belanja online serta dapat menjadi ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan bagi para pembaca.
 - c) Penulis sangat besar harapan agar penelitian ini bisa memberikan pemahaman yang baik serta lebih mendalam mengenai besarnya faktor dari *flash sale*, yang mempengaruhi perilaku konsumsi, ditinjau dari etika konsumsi Islam, sehingga masyarakat dapat lebih memahami etika konsumsi ditinjau dari segi *israf* dan *Al-I-tidal*.
2. Manfaat Praktis

- a) Sebagai sarana penelitian, penelitian ini dapat memberikan wawasan serta pemahaman lebih lanjut mengenai etika konsumsi terkait dengan perilaku konsumsi dalam *flash sale*, serta dapat melatih kemampuan berpikir kritis, analisis dan sistematis dalam memecahkan suatu masalah.
- b) Dari hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam meningkatkan ilmu pendidikan sehingga dapat dikembangkan kedalam mata kuliah ekonomi Islam dalam ber etika bisnis, atau perilaku konsumsi mahasiswa Muslim.
- c) Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat Muslim dalam program edukasi etika konsumsi agar dapat mengatur keuangan yang lebih efektif, serta diharapkan kepada para konsumen bisa menjadi dorongan untuk berperilaku yang seimbang (*AL-I'tidal*) tidak terlalu berlebihan dalam berperilaku konsumsi.

F. Kajian Literatur

Kajian literatur merupakan teoritis dan penelitian lain yang berkaitan nilai, norma budaya yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, bahwasanya sebagian besar penelitian berfokus mengenai pengaruh *flash sale* terhadap keputusan pembeli gratis ongkir, perilaku impulsif serta banyak penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antar variabel, maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menggali secara mendalam perilaku konsumsi mahasiswa pada fenomena *flash sale* berdasarkan perilaku dan etika konsumsi islam dan di kaji melalui

konsep *israf* dan *al-itidal*, sebagai bahan pertimbangan akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Ratna Ayu Laras wati, NIM : 1705026145, Pengaruh *Flash sale*, Gratis Ongkir Dan *Viral Marketing* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tiktok Shop, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2024.⁴

Pada penelitian ini membahas pengaruh *flash sale* terhadap perilaku pembelian yang impulsif mahasiswa dengan adanya gratis ongkir terhadap pembelian, tujuan pada penelitian ini untuk menyelidiki bagaimana kombinasi dari tiga variabel ini apakah berpengaruh terhadap pembelian implusif konsumen. Maka dari itu penelitian ini berfokus untuk melihat lebih dalam hubungan antara ketiga variable ini yang membuat kecenderungan konsumen melakukan pembelian yang impulsif, metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, metode pada penelitian ni adalah mengumpulkan data numeric atau angka terkait dengan suatu fenomena, data ini kemudian akan di analisis menggunakan teknok statistic atau perhitungan matematis, sampel yang dipakai pada penelitian ini menggunakan 100 orang responden dengan cara *purposive sampling*, hasil dari uji ketiga variable tersebut menunjukKan dengan melihat nilai F hitung 23.534 dan nilai signifikansinya 0.000, maka dari itu semakin besar *flash sale*, gratis ongkir dan *viral marketing* yang ditawarkan maka akan meningkatkan perilaku pembelian impulsif bagi penggunanya.

⁴ Mahabbatul Hidayah and Mirzam Arqy Ahmadi, "Pengaruh Flash Sale, Gratis Onkgr, Dan Viral Marketing Terhadap Implusif Buying Pada E-Commerce Tiktok Shop," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis* 6, no. 1 (2025).

2. Tasya Melsa Delia, NIM : 2004010175, Pengendalian Perilaku Konsumtif Belanja Onlone Pada Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa IAIN Polopo 2024⁵

Kontrol internal maupun eksternal adalah pengendalian diri yang membatasi keinginan untuk melakukan belanja yang impulsif, mahasiswa IAIN Polopo memiliki kesadaran diri untuk menghentikan perilaku konsumtif mereka, pada penelitian menggunakan metode kualitatif, metode yang digunakan pada kasus ini menggunakan *case study research* (studi kasus dan bersifat deskriptif, penelitian ini melibatkan 10 responden, temuan dari penelitian ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa muncul karena adanya ketertarikan mereka terhadap promosi yang disampaikan pada video *review*, Promosi ini menggunakan metode *flash sale*, sehingga memiliki 2 pengaruh yaitu internal dan eksternal, internal dari keinginan dan motivasi yang mendorong untuk meningkatkan gaya hidup, yang ke 2 dari faktor eksternal dorongan dari pengaruh teman-teman.

3. Shafa Nabilla Maulida, NIM : 1805026054, Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Apliaksi Tokepedia Dalam Perspektif Islam, Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2022.⁶

⁵ Tasya Melsa Delia, *Pengendalian Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa IAIN Polopo)*, 2024.

⁶ Shafa Nabilla Maulida, "Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo*, 2022.

Masalah pada penelitain ini adalah untuk mengetahui mengenai pengaruh dari promo kejar diskon kupon *cashback* dan bebas ongkir terhadap pembelian sehingga menyebabkan pengaruh pembelian yang mengakibatkan pembelian yang impulsif, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, menggunakan 100 responden, hasil dari penelitian ini promo kejar diskon, kupon *cashback* dan bebas ongkir secara bersama-sama dapat mempengaruhi perilaku impulsif.

4. Dimas Pratomo, Liya Ermawati, Jurnal, Kecendrungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta) vol 2, no 2, (2019).⁷

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kecenderungan masyarakat DIY memiliki kecenderungan perilaku konsumtif, dan untuk melihat berdasarkan tipe seperti apa yang membuat pengunjung melakukan pembelian yang impulsif. Metode pada penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden pengunjung mall DIY, dari hasil penelitian ini menunjukkan 44% pengunjung melakukan pembelian impulsif masuk kedala tipe *pure impulse*, dimana pengunjung melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan melainkan hanya berdasarkan selera dan kesukaan.

⁷ Dimas Budi Pratomo, "Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2019.

5. Nahya Astriana, Jaharuddin, Jurnal, Dampak E-Commerce Terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif Ekonomi Islam, Vol 3, No 6 2024)⁸

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak aplikasi online shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dari perspektif Islam, dengan memahami hubungan antar aplikasi dengan perilaku konsumtif mahasiswa, pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, pada penelitian ini menggunakan 28 responden, pada penelitian ini pembelian *E-Commerce* memiliki dampak yang luar biasa pada perilaku konsumsi mahasiswa, di karenakan adanya kemudahan untuk melakukan transaksi secara online dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Dari penelitian yang telah dijabarkan dari penelitian terdahulu diatas, peneliti tidak menemukan kesamaan, Karena peneliti terdahulu memiliki variable yang berbeda, kebaruan (*novelty*) yang akan dibuat lebih berfokus dan mendalam untuk menganalisis etika mahasiswa dalam perilaku konsumsi dikarenakan adanya dorongan harga yang murah pada *flash sale* dan akan disajikan dengan konsep *israf* (Berlebihan), dan *al-I'tidal* (keseimbangan), pada kajian terdahulu lebih focus ke pembelian impulsif, dan perilaku konsumtif yang di kaji dengan metode kuantitatif, maka hal ini membuat saya terdorong untuk menggali informasi kepada informan yang dekat dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai prinsip ekonomi dalam islam, hal ini

⁸ Nahya Astriana and Jaharuddin Jaharuddin, "Dampak E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 6 (2024).

menjadikan penelitian saya berbeda dari penelitian sebelumnya yang mana penelitian saya akan berfokus menggali informasi pola pikir mahasiswa/i pada *flash sale* dalam berperilaku konsumsi, subjek penelitian nya adalah mahasiswa IAIN Curup yang aktif mengikuti *flash sale* baik itu di aplikasi shopee maupun tiktok, khususnya pada program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA ANALISIS

A. Landasan Teori

1. Etika Konsumsi Dalam Islam

a. Pengertian Konsumsi Dalam Islam

Etika sendiri dalam bahasa Yunani mengacu pada karakter, watak kemanusiaan dan prinsip tentang benar dan salah serta kewajiban moral (akhlak), dalam ajaran agama Islam kita diajarkan untuk berakhlak baik, jujur, dan taat terhadap perintah-nya, serta berusaha untuk mendapatkan kebahagiaan dengan menaati perintah serta mendatangkan harta dan anugerah yang diberikan demi kebaikan manusia.¹

Dalam agama Islam sendiri diancam melakukan konsumsi yang berlebihan yang menjadi ciri hamba yang fasik, yang kita kenal dengan istilah *israf* (Pemborosan), maka dari itu ajaran agama Islam menekankan keseimbangan dalam mengonsumsi dan memanfaatkan kekayaan, menjauhkan diri dari sifat boros.

Teori konsumsi dalam agama Islam menjadi pedoman dalam memahami etika konsumsi, tentunya saja ini semua telah diatur oleh Allah SWT, dalam Al-Qur'an dan Hadis,² sebagaimana hambanya kita harus mengikuti ajaran yang telah dibawakan oleh Rasulullah SAW, untuk bersikap sederhana dan tidak berlebihan dalam mengonsumsi

¹ Desi Fatma et al., "Etika Dan Moral Dalam Ilmu Pengetahuan," *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan* 8, no. 1 (2024).

² Shinta Ayu Pramesti and Nandang Ihwanudin, "Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah," *Moderation| Journal of Islamic Studies Review* 1, no. 2 (2021).

barang atau jasa. Hal ini mengajarkan kita agar terhindar dari sikap yang dibenci oleh Allah SWT, yaitu sikap yang boros atau berlebihan.

Rasulullah SAW, Bersabda dalam hadis Bukhari :

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَأَلْبَسُوا مَا لَمْ يُخَالِطْهُ إِسْرَافٌ أَوْ مَخِيلَةٌ

Artinya : *“Makanlah, minumlah, berpakaianlah, dan bersedekahlah tanpa sombong dan tidak berlebih-lebihan”* (HR. Ibnu Majah, Diriwayatkan oleh Bukhari)³

Ayat tersebut telah memberitahukan bahwasanya perilaku konsumsi atau yang berlebihan dalam agama Islam tidak diperbolehkan, dalam agama Islam manusia diajarkan untuk dapat mengendalikan keinginannya dan hanya memenuhi kebutuhannya saja, sesuai dalam kaidah perspektif ekonomi Islam, dalam memenuhi kebutuhan manusia harus mengonsumsi barang dan jasa yang jelas kehalalannya, serta baik dalam mengonsumsi nya tanpa berlebihan.

Agama Islam sangat jelas telah mengatur semua sesuatu yang ada di muka bumi ini, terkhususnya mengatur tentang syariat-syariat yang diperbolehkan yaitu thayyib dan halal, yang mengacu kepada sesuatu yang baik bagi tubuh dan jiwa manusia, umat Islam sendiri sangat harus memperhatikan kewajibannya, untuk memperhatikan kehalalan serta kualitas barang yang akan dikonsumsi, bukan hanya sekadar memperhatikan kuantitasnya.

Teori konsumsi Islam sangat luas keseimbangan sangat perlu diperhatikan untuk hidup yang layak dan persiapan bekal akhirat serta

³ Maulidika Gemilang Persada, *Makna Hadis Larangan Hidup Berlebihan (Kajian Ma'anil Hadis)*, 2023.

amal saleh harus diperhatikan, sehingga konsep ini sangat memperhatikan antara keseimbangan antara duniawi dan akhirat, jika kita mengonsumsi barang yang tidak kita perlukan hal ini hanya memberikan dampak pemborosan sehingga tergolong saudaranya setan, maka hal ini umat Islam sangat diharapkan dapat mengembangkan pola konsumsi yang seimbang dengan ajaran agama Islam,

b. Prinsip Dalam Berkonsumsi

Ada beberapa prinsip dalam mengonsumsi, dalam agama Islam tentu berbeda dengan agama non Islam, prinsip yang diterapkan dalam mengonsumsi Islam didasarkan dengan landasan Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW, prinsip-prinsip tersebut sebagai berikut :

1) Prinsip Syariah

a) Mengetahui tujuan konsumsi

Sangat perlu diperhatikan perilaku konsumsi Islam untuk mencapai kepuasan dari konsumsi barang, Apakah barang yang ingin dibeli berfungsi untuk ibadah dalam rangkaian untuk mendapatkan ridha Allah SWT.⁴

b) Memperhatikan bentuk konsumsi

Seorang muslim sebelum melakukan pembelian harus memperhatikan dari segi bentuk apa yang akan dibeli, tentu saja hal ini sangat berkaitan dengan batasan seorang muslim, seorang

⁴ Charisma Jalil Indranata, "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam," *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 22, no. 01 (2022).

muslim sangat dilarang untuk mengonsumsi darah, daging babi, bangkai, minuman keras, narkoba dll.⁵

c) Memperhatikan kaidah ilmiah

Seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan, karena dalam agama Islam sangat perlu diperhatikan hal ini agar tidak terjadi kemudharotan.⁶

2) Prinsip Prioritas

Hal ini sangat perlu diperhatikan sebelum melakukan pembelian suatu barang, karena dalam agama Islam sendiri harus memprioritaskan kebutuhan pokok terlebih dahulu, bukan hanya untuk memuaskan gengsi semata, setelah kebutuhan pokok terpenuhi kemudian kebutuhan agama di jalan Allah SWT.

3) Prinsip kuantitas

Pada prinsip ini seorang muslim lebih baik sederhana dan tidak bermewah-mewah, sikap yang terlalu bermewah-mewah sangat jauh dari nilai-nilai Syariah

4) Prinsip moralitas

Dalam mengonsumsi adab dan etika yang telah disunahkan oleh Nabi Muhammad SAW, sangat perlu diperhatikan agar tetap menjaga martabat manusia yang mulia.

c. Indikator dalam etika konsumsi

Indikator dalam etika konsumsi merupakan aspek materi representasi dari pembangunan mental, dalam indikator ini tidak menjamin bawasan

⁵ Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam* (Era Adicitra Intermedia, 2019).

⁶ Anwar Liling, "Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim," *Balanca*, 2019.

nya kebahagiaan dapat dirasakan jika materi telah terpenuhi⁷, banyak sekali orang yang telah terpenuhi kebutuhan materinya, seperti memiliki rumah, mobil yang banyak tetapi tetap merasa tidak tenang bahkan ada yang sampai mengakhiri hidupnya dengan bunuh diri, hal ini sangat ketergantungan nya manusia dengan Allah SWT, agar hati tetap tenang dan tidak merasakan gelisah.

Indikator kedua memenuhi kebutuhan konsumsi, menghilangkan rasa lapar dalam statmen ini menunjukkan bahwa dalam ekonomi Islam terpenuhinya kebutuhan konsumsi⁸ hendaknya berikap cukup (hanya untuk menghilangkan rasa lapar) tidak berlebih-lebihan).

d. *Maqashid syariah*

Menurut imam al-ghazali tujuan *maqashid syariah* adalah untuk menciptakan kesejahteraan umat manusia, dengan tetap menjaga iman, kecerdasan keturunan serta kekayaan⁹, tentu saja *maqashid syariah* ini konsep penting dalam mengatur tolak ukur hukum Islam, yang bertujuan untuk mengatur kehidupan manusia.

Menurut Al-syatibi *maqashid syariah* ini dibagi menjadi tiga, yaitu *maqashid dharuriyat*, *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyat*

⁷ Febrilia Nona Sari, *Gaya Hidup Frugal Living Masyarakat Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Utara Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam*, 2024.

⁸ Abdul Hamid, "Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat," *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2018.

⁹ Muhammad Irkham Firdaus and Jaya Sahputra, "Prinsip Maqosid Ash-Shariah Dalam Konsep Kebutuhan Islam," *TAFACQUH* 7, no. 1 (2022)

(1) *Maqashid dharuriyat*

Maqashid ini sangat penting dan harus ada demi kemaslahatan hamba, jika *maqashid* ini tidak ada akan menyebabkan kehidupan hamba menjadi sengsara.

(2) *Maqashid hajiyyat*

Maqashid ini sama pentingnya dengan *maqashid dharuriyat*, *maqashid hajiyyat* sangat dibutuhkan demi kemaslahatan hamba dan dapat untuk menghilangkan kesempitan pada kehidupan.

(3) *Maqashid Tahsiniyat*

Maqashid ini diambil untuk kebaikan serta menghindar dari keburukan akhlak.¹⁰

Teori *maqashid* ini dalam konteks konsumsi, sangat relevan untuk menganalisis bagaimana perilaku mahasiswa seharusnya apakah sudah sesuai dengan tujuan-tujuan syariah, pada *maqashid* sendiri ada beberapa tujuan perlindungan dalam *maqashid* syariah sendiri yaitu :

(a) Perlindungan agama

Sangat penting bagi manusia untuk menjaga keimanan dan praktik ke agamaan dalam berperilaku konsumsi, bagaimana seorang muslim harus mengetahui mana yang baik halal atau mana yang tidak baik haram, karena untuk dapat menghindari dari sifat perilaku setan yang dapat mengakibatkan seseorang jauh dari ibadahnya.

¹⁰ Ahmad Suganda, "Urgensi Dan Tingkatan Maqashid Syari'ah Dalam Kemaslahatan Masyarakat," *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan* 30, no. 1 (2020)

(b) Perlindungan jiwa

Hal ini sangat berkaitan dengan menjaga kesehatan, keselamatan, dan kesesatan dalam mengonsumsi suatu makanan, dan minuman, menghindari konsumsi yang telah dilarang dalam agama Islam, seperti makan babi, minum alkohol, hal ini dapat menyebabkan kemudharatan pada jiwa.

(c) Perlindungan akal

Perlindungan akal untuk menjaga pikiran tetap cerdas , menghindari hal-hal yang dapat merusak pikiran seperti mengonsumsi narkoba.

(d) Perlindungan keturunan

Berkaitan untuk menjaga generasi yang akan datang menghindari perilaku konsumtif yang merugikan masa depan, menjaga lingkungan

(e) Perlindungan harta

Aspek ini untuk menuntut manusia lebih bijak lagi dalam merencanakan sesuatu sebelum melakukan tindakan konsumsi, tidak melakukan hal yang terjerumus dengan langkah setan, seperti sikap boros, membeli barang yang belum tentu bermanfaat dan produktif.¹¹

2. Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi menurut Imam Al-Ghazali seorang individu harus mengetahui bahwa tujuan utama manusia diciptakan dengan nafsu adalah untuk menggerakkannya agar kebutuhannya terpenuhi sehingga dapat menjalankan fungsinya sebagai hamba Allah, yaitu beribadah.

¹¹ Muhammad Irwan, "Kebutuhan Dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah," *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 3, no. 2 (2021)

Al-Ghazali menekankan pada nilai moral yang begitu ketat dalam memasukkan “keinginan” dalam motif aktivitas ekonomi terutama dalam konsumsi. “Kebutuhan” menjadi nafas dalam perekonomian bernilai moral Islam ini, bukan keinginan. Kebutuhan lebih didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya.¹²

Perilaku konsumsi dapat menjadi konsentrasi ekonomi Islam menjadikannya lima hal pokok dalam melakukan konsumsi suatu barang atau jasa :

1) Mengetahui prioritas dari kebutuhan

Dalam perilaku konsumsi kebutuhan manusia terbagi menjadi tiga kelompok yaitu primer, sekunder dan tersier, pertama yang harus dipenuhi adalah kebutuhan primer untuk memenuhi kebutuhan utama yang wajib terpenuhi dalam kehidupan sehari-hari seperti mempunyai pakaian untuk menutup aurat dan melindungi tubuh, setelah hal ini terpenuhi barulah untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, setelah itu memenuhi kebutuhan tempat tinggal, kedua setelah kebutuhan primer telah tercapai barulah memenuhi kebutuhan kedua yaitu kebutuhan sekunder untuk memberikan kenyamanan dalam hidup seperti motor, ponsel dll, kebutuhan ketiga yaitu kebutuhan tersier yang mana meliputi barang-barang yang digunakan untuk kemewahan seperti mobil mewah, perhiasan dll.

¹² Sri Fatimah Dalimunthe, Eka Sri Wahyuni, and Amimah Oktarina, “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali,” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*

2) Mengonsumsi produk halal

Dalam perilaku konsumsi dalam agama Islam telah sangat ditegaskan untuk tidak mengonsumsi hal yang haram, tujuan hal ini adalah untuk mengendalikan perilaku manusia agar tetap terjaga dari keburukan yang lalai, sebab apa saja yang dikonsumsi oleh manusia dalam hal yang haram akan mengalir ke tubuh dan darah mereka sehingga membentuk ke sebuah karakter seseorang tersebut, mengonsumsi hal yang telah dilarang oleh Allah SWT, akan membentuk watak serta perilaku manusia menjadi keras dan lalai. Maka dari itu mengonsumsi barang yang halal akan membuat manusia menjadi perilaku yang baik dan lembut.

3) Mengetahui kualitas konsumsi

Dalam kegiatan konsumsi dalam agama Islam harus mengutamakan kehalalan dari suatu produk dan juga memperhatikan kualitasnya, yaitu halal dan baik, kedua hal ini menjadi patokan dalam perilaku konsumsi Islam dalam agama Islam ada suatu hal yang halal tetapi belum tentu baik, seperti mengonsumsi buah durian yang halal akan menjadi baik, tetapi jika berlebihan akan menjadi mudharat yang mana Allah telah menjelaskan dalam Al-Qur'an dilarang untuk berlebih-lebihan, serta juga ada yang baik tetapi tidak halal seperti belanja kebutuhan secara online tetapi uang yang digunakan menggunakan uang riba, sehingga hal ini menjadi haram, dalam agama Islam sendiri kualitas dan kehalalan tidak dapat dipisahkan,

4) Mengutamakan *Maslahah*

Dalam ekonomi Islam tidak ada yang namanya mengenal konsep kepuasan, seperti ekonomi konvensional yang mengenal memaksimalkan kepuasan, dalam ekonomi Islam lebih mendalam mengenai konsep *masalah* dengan tercukupinya kebutuhan fisik dan spiritual. Sehingga dalam ekonomi Islam tidak dapat diukur melalui tingkat kepuasan yang dikonsumsi melainkan dari konsumsi itu berapa besar nilai ibadah yang mampu dihasilkan

5) Sederhana dalam perilaku konsumsi

Dalam perilaku ekonomi Islam perilaku manusia yang bersifat sederhana merupakan nilai utama dalam agama Islam sendiri, sederhana berarti bukan melarang umat muslim mendapatkan kekayaan tetapi dalam hal ini untuk mengingatkan manusia untuk tidak berlebihan, dalam ibadah maupun konsumsi, karena orang yang berlebih-lebihan termasuk saudaranya setan, dan setan itu sangat ingkar kepada tuhan. ¹³

Jika di pandang pada mahasiswa biasanya perilaku atau tindakan konsumsi ini sering muncul dikarenakan lingkungan kampus, media social dan hanya untuk mengikuti trends. Maka dari itu mahasiswa ekonomi syariah dan perbankan syariah harus mengenal lebih mendalam mengenai perilaku ekonomi dalam bersikap konsumsi

¹³ Imahda Khoiri Furqon, "Teori Konsumsi Dalam Islam," *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2018).

3. Teori *flash sale*

Menurut *Planned Behaviour* yaitu seorang yang dipengaruhi oleh suatu sikap dan norma subjektif, sehingga membuat kontrol perilaku dengan adanya *flash sale* membuat niat beli dalam tekanan sosial semakin meningkat, hal ini termasuk kedalam faktor psikologis.¹⁴ Menurut Ajzen theory *Planned Behaviour* hal ini termasuk kedalam perilaku individu dimana niat diasumsikan untuk mempengaruhi faktor motivasi perilaku konsumen, semakin kuat niat untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar juga peluang kinerjanya.

Flash sale sendiri merupakan salah satu bentuk strategi penjualan barang dengan jumlah yang terbatas dengan harga yang relative jauh lebih murah, dari pada harga aslinya, hal ini dilakukan pada waktu yang se singkat-singkatnya sehingga mendorong orang yang melihat untuk membelinya, strategi ini dilakukan seolah-olah bahwasanya jika program *flash sale* ini tidak dibeli secara cepat maka konsumen seakan-akan kehilangan kesempatan membeli harga barang yang murah.

Menurut Darwipat et al. *flash sale* merupakan strategi dalam berbisnis jual beli online menjual barang dengan harga yang murah dari aslinya dan dalam waktu yang terbatas, sedangkan menurut Shi &

¹⁴ Okta Fajar Nuraini, *Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Dan Perceived Behaviour Control Terhadap Purchase Intention Pakaian Thrift: Studi Pada Generasi Z Di Kota Malang*, 2025.

Chen *flash sale* lebih mengacu kepada layanan diskon harian dalam waktu yang terbatas penjualan hanya pada periode satu hari.¹⁵

Sehingga dapat kita simpulan bahwasanya *flash sale* merupakan suatu bentuk strategi penjualan yang berbasis online dengan waktu yang telah dibatasi dan harga yang diskon lebih murah dari harga aslinya. pada strategi penjualan berbasis online, karakteristik pada penjualan *flash sale* tidak hanya promo harga yang murah dari harga aslinya, tetapi ada berbagai macam keterkaitan yang menyebabkan dorongan kepada konsumen untuk membeli suatu produk seperti adanya gratis ongkir yang ditawarkan hal ini menyebabkan dorongan yang lebih kuat kepada konsumen untuk membeli suatu produk.

Berbagai macam bentuk promosi yang ditawarkan hal ini tentu saja dapat menyebabkan dampak positif dan juga dampak negatif, dampak positif dari adanya *flash sale* ini, jika konsumen betul-betul membutuhkan barang tersebut maka ini sangat menguntungkan, tetapi jika konsumen hanya fomo takut kehabisan stok barang, padahal barang tersebut belum tentu betul-betul dibutuhkan, hal ini menyebabkan hal yang boros, tentu saja hal ini sangat dilarang dalam agama islam.

¹⁵ Dermawansyah Darwipat and Agus Syam, "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no. 2 (2020)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Gambaran Objektif Wilayah

Secara *Historis*, perubahan atau evolusi pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI), untuk mencapai kemajuan STAIN Sekolah tinggi agama islam negeri maka hal sebagai lembaga pendidikan tinggi, pada peraturan presiden RI Nomor 24 tahun 2018 yang di tanda tangani presiden RI bapak Jokowi dodo pada tanggal 5 April 2018, sehingga lembaga ini berubah menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Saat sebelum berubah menjadi IAIN, institute ini memiliki Nama STAIN Curup yang memiliki 3 program studi, yaitu Program studi dakwah, program studi syariah, dan program studi tarbiyah, seiring dengan berjalannya waktu dengan adanya perubahan status dari STAIN menjadi IAIN Curup, hal ini menyebabkan ketiga program studi ini ikut terdampak perubahan, dimana pada program studi tarbiyah bertransformasi menjadi Fakultas Tarbiyah, pada program studi dakwah menjadi Fakultas Ushuluddin adab dan dakwah, sedangkan program studi syariah be tranformasi menjadi Fakultas syariah dan Ekonomi Islam (FSEI), maka dari itu dapat disimpulkan bahwasanya ketiga fakultas yang ada pada IAIN Curup merupakan hasil dari perkembangan dari program studi yang sebelumnya sudah ada.¹

Dari perubahan yang telah dilakukan, dari status STAIN Curup menjadi IAIN Curup hal ini berlaku semejak keluarnya peraturan presiden nomor 24 tahun 2018, tetapi semejak hal itu bukan berarti Fakultas Syariah dan

¹ *Arsip, Falultas Syariah Ekonomi Islam : 5*

Ekonomi Islam bisa langsung berfungsi untuk menjalankan tugas, setelah adanya peraturan menteri Agama Republik Indonesia nomor 30 tahun 2018, hal ini mengatur mengenai organisasi dan tata kerja (ORTAKER) IAIN Curup, dan juga peraturan menteri Agama Republik Indonesia nomor 2 Tahun 2019 mengenai Status IAIN Curup, semenjak peraturan menteri ini diterbitkan Rektor IAIN Curup, mewakili menteri agama, sehingga mengeluarkan keputusan nomor 0050In, 34/2/KP/ 07/01/2019, setelah itu pada tanggal 18 januari 2019, di lantik lah Dekan beserta 2 wakil Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, pada tahun 2019-2022 ditugaskan Dekan pertama untun menjalankan keputusan Menteri Agama RI No.005/in.34/Kp.07.6/01/2019. Sementara itu pada periode kedua pada tahun 2022-2026, ditunjuk berdasarkan keputusan Menteri RI No.0318/In. 34/Kp.07.6/05/2022.²

Mengenai IAIN Curup sebelum adanya peraturan presiden nomor 24 tahun 2018, IAIN Curup lebih dikenal dengan STAIN, yang memiliki Jurusan Syariah 4 Program Studi yaitu Perbankan (PS), Hukum keluarga Islam (HKI) Ekonomi Syariah (ES) dan Hukum tata Negara (HTN), namun setelah STAIN Curup bertransformasi menjadi IAIN Curup, Keempat program studi ini menjadi FSEI Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, sekitar empat tahun setelah melakukan perubahan FSEI menambahkan program studi baru yaitu Hukum Ekonomi Islam (HES) pada tahun 2022, sehingga pada program studi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup saat ini telah mencapai lima program studi.

² *Arsip, Falultas Syariah Ekonomi Islam : 6*

1. Visi

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup visinya untuk menjadi Fakultas yang berkembang, berkualitas dalam hukum ekonomi Islam yang mengedepankan pendekatan moderat Islam di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2045.

2. Misi

- a. Menghasilkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan hukum yang berkualitas dengan pendekatan moderat islam dan pemanfaatan teknologi,
- b. Mendorong serta meningkatkan jumlah publikasi yang ilmiah pada bidang ilmu hukum dan ekonomi islam yang berkualitas menggunakan pendekatan moderat islam dan teknologi
- c. Menjalankan program pemberdayaan masyarakat dalam ilmu pengetahuan hukum dan ekonomi yang berkualitas dengan pendekatan moderat Islam.

3. Tujuan

- a. Meningkatkan kualitas mahasiswa/i pada lulusan sarjana dalam ilmu ekonomi Islam dan hukum yang responsive terhadap kemajuan teknologi, beriman dan memiliki sikap serta pandangan yang moderat.
- b. Menghasilkan penelitian yang berkualitas di bidang ilmu ekonomi islam dan hukum islam yang berkembang dengan pendekatan moderat islam dan teknologi
- c. Mendorong serta menerapkan prinsip-prinsip ekonomi dan hukum Islam yang moderat kedalam masyarakat

4. Program Studi Ekonomi Syariah

a. Sejarah

Pada program studi Ekonomi Syariah didirikan tidak luput dari latar belakang yang mirip dengan sejarah program lainnya, yaitu kebutuhan dari masyarakat yang mana pada zaman saat ini pertumbuhan dan perkembangan teknologi sudah jauh berkembang serta kegiatan ekonomi pun juga semakin pesat menghadapi perkembangan zaman saat ini, dari tahun ke tahun perkembangan ekonomi semakin pesat, pada tahun 2016 jurusan Syariah meluncurkan program baru yaitu Program Studi Ekonomi Syariah (ES) dan HTN yaitu program studi Hukum Tata Negara, pendirian program ini tentunya perlu melalui beberapa tahap yaitu analisis yang mendalam atas kebutuhan masyarakat dan dunia kerja yang semakin berkembang, secara resmi, izin untuk membuka program baru ini diberikan melalui keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam dengan nomor 3514 tahun 2016 tentang izin untuk menyelenggarakan Program Studi Sarjana di Sekolah Tinggi Islam Negeri Curup (STAIN) pada tanggal 21 Oktober 2016, Berdasarkan izin ini pada tahun akademik 2017/2018 Program Studi Ekonomi Syariah mulai menerima mahasiswa baru.³

³ Akreditasi Program Studi Ekonomi Syari'ah, Laporan Evaluasi Diri 2020 (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2020: 6.

b. Visi Program Studi Ekonomi Syariah

Menjadikan program studi ekonomi syariah yang memiliki kualitas dalam pengembangan ilmu Ekonomi Syariah yang bertumpuh pada Moderasi Islam di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2045.

c. Misi Program Studi Ekonomi Syariah

- 1) Mengembangkan Ilmu Ekonomi syariah yang berkualitas, berlandaskan pada prinsip-prinsip agama islam yang moderat dan memperhatikan teknologi.
- 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas riset serta publikasi akademis di bidang ilmu Ekonomi Syariah yang berkualitas dengan landasan Islam Moderat.
- 3) Melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat pada bidang ilmu ekonomi syariah berlandaskan pada prinsip Islam moderat yang berkualitas.

b. Tujuan Program Studi Ekonomi Syariah

- 1) Menyiapkan lulusan sarjana ekonomi syariah yang mempunyai pengetahuan wawasan yang luas dan religius dalam ekonomi syariah sesuai dengan sikap islam moderat.
- 2) Menghasilkan karya ilmiah yang di publikasikan dalam bidang ilmu ekonomi syariah yang berkualitas sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan islam moderat dan teknologi.

- 3) Menciptakan pentingnya kesadaran dalam praktek muamalah menggunakan system ekonomi syariah yang moderat pada kehidupan bermasyarakat.⁴

B. Jenis Penelitian

Pada penulisan skripsi ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif, pada dasarnya jenis penelitian kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu peristiwa, situasi soal, atau fenomena yang terjadi dilapangan, pendekatan yang akan dilakukan menggambarkan secara mendalam bagaimana mahasiswa muslim memahami nilai Etika konsumsi Islam, pendekatan yang dilakukan melibatkan deskripsi naratif dalam sebuah bentuk kata-kata dan bahasa yang ilmiah.⁵

Dalam metode penelitian ini, peneliti akan melakukan pendekatan kualitatif yang akan dilakukan dengan metode observasi lapangan, wawancara, dokumentasi, serta akan dilakukan pengkajian yang lebih dalam untuk menggali informasi yang lebih alami dari informan.

C. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup) khususnya di program Fakultas Syariah, yang berlokasi di jalan Dr, A.K. Gani No. 01, Curup (Rejang Lebong), Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

⁴ Akreditasi Program Studi Ekonomi Syari'ah, Laporan Evaluasi Diri 2020 (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2020: 18).

⁵ Deni K. Yusup, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis: Panduan Praktis Penulisan Artikel Ilmiah, Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bumi Aksara, 2025).

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang akan diteliti kepada lembaga ataupun orang, yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian, di dalam sebuah penelitian ini terdapat objek peneliti, orang yang akan memberikan informasi ini disebut dengan informan, informan sendiri yaitu orang yang akan memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan

Pada penelitian yang akan dilakukan penulis, bahwasanya peneliti akan meneliti Mahasiswa Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2022-2025 pada program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah, Fokus informan yang pernah mengikuti *flash sale*.

E. Jenis Data Dan Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian,⁶ yang akan dilakukan dengan menggunakan alat ukur pengumpulan data secara langsung yaitu menggunakan teknik obeservasi secara langsung dan wawancara lebih mendalam kepada informan, sumber data primernya adalah 10 mahasiswa/i IAIN Curup fakultas syariah, yang pernah mengikuti belanja online *flash sale* baik di tiktok maupun di shopee, pada program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah, angkatan 2022-2025

⁶ Simon Tumanggor, Prasetyo Hadi, and Rosali Sembiring, "Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Jakarta Selatan)," *Journal of Business and Banking* 11, no. 2 (2022)

b. Sumber data sekunder

Data sekunder (pendukung) merupakan data pendukung yang didapatkan dari literature, buku, jurnal, skripsi terdahulu yang relevan mengenai etika konsumsi Islam,⁷ perilaku konsumtif, dan fenomena *flash sale*. Data sekunder ini biasanya digunakan untuk memperkuat hasil dari wawancara dan membandingkan dengan temuan di lapangan dengan teori – teori yang di dapatkan dari literatur

Dari hasil wawancara yang akan ditemukan dari informan hal ini akan dikaitkan dengan sumber data sekunder sehingga hal ini dapat diharapkan bisa memberikan gambaran yang komprehensif, tentang pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa yang impulsif dalam melakukan kegiatan belanja online.

F. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah tahapan yang akan dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian untuk memperoleh data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan.

a. wawancara

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mana akan digunakan teknik wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, yang akan dilakukan dengan lebih bebas dan tidak kaku.⁸ dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang terstruktur dan lengkap untuk mendapatkan data dari responden, dan

⁷ Fadal Khalid Akramullah and Ega Rusanti, “Etika Bisnis & Konsumsi Islam Dalam Perkembangan Digital Payment: Sebuah Tinjauan Sistematis,” *Integrative Perspectives of Social and Science Journal* 2, no. 01 Februari (2025)

⁸ Nur Intifada Zahroh et al., “Strategi Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Teknik, Tantangan Dan Solusinya,” *Tarbiyatul Ilmu: Jurnal Kajian Pendidikan* 3, no. 6 (2025)

akan dilakukan fokus kedalam garis besar permasalahan yang akan ditanyakan, dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber yaitu mahasiswa aktif fakultas syariah yang aktif mengikuti *flash sale*.

b. Observasi

Pengumpulan data pada penelitian ini akan dilakukan observasi secara langsung dan mengamati secara dekat berpartisipasi langsung dalam aktifitas kelompok yang sedang diteliti,⁹ sehingga peneliti dapat mengumpulkan data secara langsung, seperti mengamati tingkah laku mahasiswa melihat adanya promo pada *flash sale*.

c. Dokumentasi

Metode pengumpulan data pada penelitian akan dilakukan pengambilan informasi penelitian dari sumber-sumber internal peneliti, seperti foto dokumen. Dalam penelitian ini memperoleh data dari dokumentasi yang berkaitan dengan mahasiswa.

G. Teknik Pengelolaan Dan Analisis Data

Analisis data adalah suatu prosedur yang terstruktur untuk mengumpulkan informasi dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, sehingga hasilnya dapat dipahami dengan jelas dan disampaikan kepada orang lain.¹⁰

Menggali dan meningkatkan pemahaman pada peneliti terhadap suatu kasus yang diteliti sehingga dapat menjelaskan apa yang telah ditemukan

⁹ Iqlima Firdaus et al., "Model-Model Pengumpulan Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas," *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 2 (2023)

¹⁰ Aisyah Sekar Sari, Nadia Aprisilia, and Yessi Fitriani, "Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, Dan Triangulasi," *Indonesian Research Journal on Education* 5, no. 4 (2025)

kepada pihak lain dalam proses analisis data ini melibatkan 3 aspek utama yaitu :

1) **Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pemilihan yang penting dalam melakukan pemilihan pemusatan perhatian dan mentransformasikan data mentah dari hasil yang telah didapatkan di lapangan.¹¹ Peneliti melakukan seleksi terhadap informasi yang telah didapatkan, serta merangkumnya sesuai dengan fokus penelitian sehingga membantu memahami serta fokus yang didapatkan lebih relevan dengan rumusan masalah.

2) **Penyajian Data**

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dilakukan menyusun informasi dalam format yang koheren dan mudah dipahami, dalam bentuk uraian naratif yang menunjukkan pola dan hubungan antar-konsep

3) **Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus selama dilakukan penelitian di lapangan sejak awal pengumpulan data, penelitian kualitatif mencari makna dari objek penelitian, mencatat pola keteraturan, agar hasil yang didapatkan menjadi lebih ilmiah.

¹¹ Mufidah Adzkiya, *Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying (Belanja Impulsif)* Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, 2022.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan di lapangan, maka dari itu peneliti menemukan beberapa temuan mengenai data yang peneliti perlukan dengan memperoleh data yang telah diberikan dari informan melalui Observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen tentang Etika Konsumsi Islam Dan Perilaku Konsumsi Pada Fenomena Flash Sale pada mahasiswa, pada program studi Ekonomi syariah dan perbankan syariah Angkatan 2022-2025, Menurut hasil dari penelitian yang telah peneliti lakukan dengan mewawancarai mahasiswa/i

Etika konsumsi islam merupakan prinsip atau pedoman untuk mengonsumsi barang dan jasa sesuai ajaran islam, tidak berlebihan dan tidak berperilaku boros, lebih mengutamakan kebutuhan disbanding hanya keinginan semata, perilaku konsumsi merupakan tindakan atau kebiasaan konsumen dalam membeli barang dan jasa, pada penelitian saat ini informan yang dituju adalah mahasiswa/i Program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah IAIN Curup, yang dikaji untuk melihat perilaku mahasiswa/I. dalam memanfaatkan *Flash Sale*.

1. Perilaku Konsumsi Mahasiswa/I PS dan ES IAIN Curup akibat dorongan harga murah

Berdasarkan dari hasil temuan peneliti pada penelitian ini mahasiswa Ekonomi syariah dan perbankan syariah bahwasanya dari 10 Informan yang telah di wawancara menunjukkan bahwa mayoritas

mahasiswa/I Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup dan Perbankan Syariah IAIN Curup, dalam fenomena *flash sale* cenderung dipengaruhi oleh dorongan harga murah dan potongan diskon yang besar, hal ini ditunjukkan melalui pernyataan dari informan yang mengaku ketertarikan dalam mengikuti *flash sale* dikarenakan dapat harga yang murah dan juga dapat diskon besar, dibanding tidak pada saat *flash sale*, wawancara ini dinyatakan pada wawancara yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

Airin Clarisa (25681026) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Curup, Beliau merupakan mahasiswi angkatan tahun 2025 Semester 2, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Airin Kalisa, ia mengatakan ;

“tertarnik ngikuti flash karno lebih murah dan alasan utama dapat diskon, biasanya membeli baju, tas, sepatu, kalo dalam sebulan tuh ngikuti flash sale sampai 2 kali, perasaan ketika ado diskon besar besaran tuh ingin membeli, kalo belanja dk pernah buat perencanaan daftar harga, kalo tengok waktu tinggal sedikit dek-dekan, pernah jugo membeli barang karno cumah takut kehabisan stok, tetapi kalau belanja lebih memelih kualitas di banding harga murah, pernah jugo membeli barang yang idak terlalu dibutuhkan saat flash sale, pernah menyesal membeli barang saat ikut flash sale, dari flash sale jugo membuat pengeluaran lebih boros, saat flash sale membuat pengendalian diri juga tidak terkendali, sehingga tidak bisa mengtrol diri agar tidak implusif, dari adanya budaya flash membuat diri saya terpengaruhi oleh budaya flash sale.”¹

Dari hasil wawancara yang telah di wawancarai oleh Airin disini saya peneliti dapat menyimpulkan beberapa poin penting, yang mana Airin termasuk kedalam perilaku yang impulsif terjebak dengan harga

¹ “Airin Clarisa (25681026), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 09.34 WIB.”

yang murah, dan juga adanya tekanan waktu dan rasa takut kehabisan stok barang, sehingga perencanaan belanja menjadi terabaikan, walaupun informan mengatakan dia lebih memilih kualitas namun faktanya dia pernah membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan hal ini menunjukkan daya tarik harga murah dapat mengubah prioritas Airin, dari adanya budaya *flash sale* telah mempengaruhi informan dalam mengontrol diri, dengan sadar informan mengakui adanya kecenderungan yang membuat pengeluaran lebih boros.

Rahma Dwi Alvionita (24631047) Merupakan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Curup, Beliau merupakan mahasiswi angkatan tahun 2024 semester 4 , berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan Rahma Dwi Alvionita, ia mengataka :

*“Ikut flash karena tertarik dekek hargo yang murah disbanding dari hari biasonyo, alasan utama nya karna mencari hargo murah, biasonyo jenis barang yang sering dibeli skin care, skin tifik, skin aqua, biasonyo setiap flas sale ikut cari yg gratis ongkir samo bulan kembar, ngikutin flash sale yang tanggal kembar biasanya terencana sampai menghidupkan alarm di jam 00:00 wib, kalo nengok diskon yang besar-besaran tuh biasonyo excited, biasonyo kalo nengok waktu yang tinggal sedikit terburu-buru raso nak cepat cepat cek out, biar dapat hargo murah, pernah jugo membeli barang karena takut kehabisan stok melihat barang yg tinggal sedikit, penah membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan saat flash sale, pernah juga sampai menyesal saat membeli barang saat flash sale kareno tidak sesuai dekek apo yang kito inginkan karno tegior samo hargo murah tadi, dari flash sale jugo membuat diri menjadi lebih boros, sehingga dengan adonyo flash sale menjadi tidak terkendali dalam mengontrol diri”.*²

² “Rahma Dwi Alvionita (24631047), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.24 WIB.”

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada Rahma Dwi Alvionita, di sini ditemukan perilaku konsumsi yang unik, yang mana adanya perpaduan antara perencanaan yang matang dengan tindakan konsumsi yang tidak rasional, dimana saat di wawancarai informan menyatakan bahwa mengikuti *flash sale* untuk mencari harga yang murah, sehingga melakukan persiapan yang khusus seperti memasang alarm 00:00, apalagi dengan melihat diskon yang besar membuat diri menjadi *excited* factor lain juga dengan adanya perasaan yang terburu-buru takut kehabisan stok barang hal ini menunjukkan adanya tekanan psikologis yang membuat informan melakukan checkout secara cepat tanpa mempertimbangkan barang tersebut, informan mengakui adanya rasa menyesal karena barang yang dibeli tidak sesuai *expetasi*, dikarenakan adanya daya tarik harga yang murah tetapi di sesuai keinginan, meskipun informan adalah mahasiswi perbankan syariah yang secara teoritis memahami pengelolaan keuangan yang baik tetapi pada praktiknya informan terjebak dengan adanya harga yang murah sehingga tidak terkendali dalam mengontrol diri, informan juga mengakui adanya *flash sale* membuat diri menjadi lebih boros dan tidak terkendali dalam mengontrol diri.

Wawancara berikutnya kepada Dewi Resmiyati (22631020) Merupakan Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah IAIN Curup, beliau merupakan mahasiswi angkatan 2022 Semester 8, berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada Dewi Resmiyati, ia mengatakan

“ikut flash sale karena adanya potongan harga, biasanya beli barang hijab, tas, skincare, tidak sering mengikuti flash sale dalam 1 bulan 3 kali, dengan adanya flash sale membuat perasaan menjadi senang biasanya kalo ikut flash sale tidak pernah melakukan perencanaan, apalagi melihat waktu yang tidak sedikit itu terasa deg degkan karna waktunya yang tinggal sedikit, dari waktu yang tinggal sedikit sampai pernah membeli karena takut tidak dapat diskon dan takut kehabisan barang, saat ikutin flash sale lebih memitingkan kualitasnya dan tidak pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan, tidak pernah juga menyesal ketika membeli barang saat flash sale, dengan adanya flash sale membuat menjadi lebih hemat. Karna barang yang dijual saat flash sale lebih murah jadi lebih hemat bang, dengan adanya flash sale membuat keuangan saya lebih terkendali karena adanya harga murah, biasanya sebelum membeli melihat barangnya terlebih dahulu apakah benar-benar dibutuhkan atau tidak dari adanya flash sale saya merasa diri saya tidak mempengaruhi gaya hidup saya.”³

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Dewi Resmiyati, Peneliti menemukan informan menunjukkan perilaku konsumsi yang bertujuan untuk melakukan penghematan dalam menggunakan *flash sale*, informan memanfaatkan *flash sale* untuk mendapatkan barang kebutuhan yang betul-betul dibutuhkan untuk dia kenakan dengan harga yang lebih murah, sehingga merasa keuangannya dapat lebih terkendali, walaupun informan merasa bisa mengendalikan keuangannya tetapi reaksi dari adanya potongan harga dan waktu yang tinggal sedikit membuat tekanan psikologis menanamkan rasa deg degkan. Hal ini menunjukkan *flash sale* dapat membuat tingkat emosional informan untuk melakukan cekout sehingga terjadi pembelian, walaupun sampai membeli informan tetap mementingkan kualitas dan kegunaan barang sehingga tidak pernah merasa menyesal dalam berbelanja di *flash sale*

³ “Dewi Resmiyati (22631020), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 11.23 WIB.”

tetap menjadi manfaat untuk informan sendiri, hal ini mampu membuat informan dapat menyeimbangkan gaya hidup agar tidak berlebihan. Walaupun Dewi Resmiyati memiliki control diri yang baik dan tujuan yang ingin hemat, dari adanya tekanan waktu dan stok barang yang terbatas dapat menciptakan kecemasan sehingga memaksa untuk segera mengambil keputusan.

wawancara kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Curup, Bernama Muammar Lutfhi (25681044) Semester 2, Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Muammar Lutfhi ia mengatakan :

“Mengikuti flash sale karena barang flash itu barang yang murah karena sudah dan tertera diskon di barang tersebut, biasanya membeli baju kebutuhan sehari-hari, tidak terlalu sering mengikuti flash sale, terkadang dalam 3 bulan cuma 1 kali, perasaan saya ketika melihat diskon besar-besaran biasa saja, kalo ada barang flash sale yang saya butuhkan saya beli, tidak pernah merencanakan saat mengikuti flash sale, jika ada waktu flash sale yang tinggal sedikit perasaan saya biasa-biasa saja nanti juga bakal ada lagi eventnya tidak pernah merasa dekan ketika melihat waktu yang tinggal sedikit, lebih mementingkan kualitas dibandingkan dengan harga murah, saya tidak pernah membeli barang yang tidak saya butuhkan tidak pernah menyesal saat membeli barang saat flash sale bang, karena milih milih, dengan adanya flash sale menjadi lebih hemat dan lebih murah untuk berbelanja, tidak pernah merasa dengan adanya flash sale membuat pengeluaran yang tidak terkendali cara agar dapat mengotrol diri biasanya lebih memilih barang yang dibutuhkan.”⁴

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Muammar Lutfhi, peneliti menemukan pola perilaku konsumsi yang sangat baik dan terkendali, berbeda dengan informan sebelumnya, informan

⁴ “Muammar Lutfhi (25681044), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 13.24 WIB.”

menunjukkan karakteristik yang fungsional, Muammar Lutfhi tidak menunjukkan reaksi emosional yang mampu membuat dia takut kehilangan barang saat *flash sale*, perasaan yang ada pada diri informan biasa saja melihat diskon besar, hal ini menunjukkan bahwasanya informan memiliki kekebalan psikologis terhadap godaan *flash sale*, informan memiliki kesadaran bahwa *flash sale* akan terus berulang karena akan ada lagi eventnya kesadaran ini mencegah informan terjerumus kedalam perilaku impulsif, dan keputusan belanja dapat berada dibawah kendali, informan sendiri melakukan transaksi jika ada barang yang benar-benar dibutuhkan dengan tetap memprioritaskan kualitas, perilaku ini membuat informan memiliki prinsip konsumsi yang sesuai dalam Ekonomi Syariah, tidak terpengaruh dengan gaya hidup yang hedonis dan jauh dari sifat boros. Hal ini membuat informan memiliki pemikiran yang bagus dalam mengontrol diri untuk memenuhi kebutuhan, beda dengan informan sebelumnya seperti Airin dan Ragma yang terjebak dengan adanya desakan waktu *flash sale*, Muammar justru lebih memahami bahwa diskon *flash sale* hanyalah strategi marketing yang siklusnya berulang.

wawancara kepada Mahasiswa IAIN Curup, Informan bernama Erdo Ferbi Jeksen (22681015) Mahasiswa Ekonomi Syariah, beliau merupakan angkatan 2022 Semester 8, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan ia mengatakan

Mengikuti flash sale harganya murah dibanding tidak flash sale, jenis barang yang biasa dibeli baju, sepatu terus alat-alat yang untuk dibeli menunggu flash sale, dengan adanya diskon besar-besaran membuat senang, gembira karena harganya murah, biasanya melakukan

*perencanaan sebelum mengikuti flash sale menyiapkan budget, dengan adanya waktu yang tinggal sedikit merasa terburu-buru rasa ingin cekout, pernah juga membeli barang karena takut kehabisan stok, tidak pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan dan tidak pernah menyesal membeli barang ketika flash sale, dari adanya flash sale membuat lebih hemat karena lebih murah, belum pernah terjadi dari adanya flash sale pengeluaran saya tidak terkendali, biasanya menyiapkan budget 100.000 kusus untuk mengikut flash sale, kalo sudah 100.000 sudah tidak berbelanja lagi, dari adanya flash sale membuat terpengaruhui gaya hidup jika ada harga murah saya beli”.*⁵

Berdasarkan wawancara dari informan Erdo Ferbi Jaksen, peneliti menemukan perilaku konsumsi informan merupakan bentuk implusif yang terukur, strategi yang digunakan Erdo yang baik dalam mengontrol keuangan, yang mana Erdo mengalokasi dana khusus sebesar Rp.100.000 Untuk keperluan *Flash sale*, dengan menetapkan batas maksimal pengeluaran informan berhasil menjaga agar perilaku belanja tetap terkontrol, walaupun ketika mengikuti *flash sale* ia sangat senang dengan adanya harga yang murah tetapi informan tetap melakukan perencanaan sebelum mengikuti *flash sale*, hal ini terbukti ketika informan menunggu momen diskon, sama hal dengan informan sebelumnya Erdo juga terpengaruhi dengan adanya tekanan psikologis yang membuat dirinya terburu-buru dan ketakutan akan kehilangan kesempatan, hal ini menyebabkan emosionalnya terpengaruhi walaupun tindakannya ini tetap terkendali dengan adanya anggaran yang telah disiapkan, menurut saya dengan informan membuat perencanaan kusus budget Rp,100,000 Untuk belanja di *flah sale* sikap ini tentu saja adalah

⁵ “Erdo Ferbi Jaksen (22681015), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 12.10 WIB.”

sikap yang lebih bijak karena tidak sampai tahap pemborosan yang tidak terkendali

Wawancara selanjutnya yaitu kepada mahasiswa Ekonomi Syariah Revaliza Dwi Anggraini (25681041), beliau merupakan mahasiswa angkatan 2025 semester 2, IAIN Curup, berdasarkan hasil wawancara dari informan ia mengatakan :

Ngikuti flash sale kareno hargonyo yang murah dibanding hari-hari sebelumnya, dan juga lebih banyak diskon dari hari-hari biasanya juga karno flash sale tu biasanya incaran orang jadi fomo, biasanya membeli tas, peralatan mekcup seperti lipstick, biasa juga baju, sepatu perna, kalo ada diskon besar tuh meraso senang karno bisa mendapatkan barang yang biasanya lebih mahal jadi lebih murah, pernah juga melakukan perencanaan sebelum mengikuti flash sale, ketika melihat waktu yang tinggal sedikit jika lupa membeli merasa kecewa, tidak pernah membeli barang karena takut kehabisan stok, pernah juga membeli barang yang tidak dibutuhkan, pernah menyesal saat membeli barang saat flash sale karena kualitas yang tidak baik, karna yang di tampilkan dan yang didapatkan berbeda walaupun sudah membaca komentar-komentar dari orang bagus tetapi yang di dapatkan malah lebih buruk dari pada punya orang, tetapi saya merasa flash sale membuat diri saya menjadi lebih hemat, dan lebih terkendali, biasanya untuk mengontrol diri mempertimbangkan hal-hal yang lebih dibutuhkan agar bisa dipakai dengan lebih baik, menurut saya budaya flash sale tidak mempengaruhi gaya hidup saya.”⁶

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Revaliza Dwi Anggraini, peneliti menemukan adanya pengaruh tren sosial, informan mengakui bahwa salah satu alasan mengikuti *flash sale* karena barang tersebut menjadi incaran orang banyak, hal ini termasuk perilaku informan tidak terdorong dari kebutuhan fungsional saja tetapi juga *fomo* takut ketinggalan dari tren kelompok lain, berbeda dengan informan

⁶ “Revaliza Dwi Anggraini (25681026), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 09.24 WIB.”

sebelumnya yang deg-degakan ketika melihat waktu yang tinggal sedikit, Informan justru merasa kecewa jika melewatkan kesempatan, hal ini dapat diartikan takutnya kehilangan promo dari kesempatan yang ada, informan sendiri melakukan riset sebelum melakukan pembelian dengan melihat kolom komentar tetapi realita barang yang diterima tetap buruk, hal ini menunjukkan daya tarik harga murah dalam *flash sale* seringkali tidak sesuai, informan juga merasa lebih hemat dan terkendali dengan mempertimbangkan kegunaan barang tetapi informan pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan, hal ini mencerminkan informan merasa lebih rasional ketika adanya promosi yang bersifat impulsif, hal ini menunjukkan adanya pembelaan diri atau persepsi masih sebatas wajar

wawancara kepada Dera Agustin (22631017) Merupakan mahasiswi dari program studi Perbankan Syariah di IAIN Curup, Mahasiswi Angkatan 2022 Semester 8, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Dera Agustin ia mengatakan :

Ngikuti flash sale karena selain harganya murah yang pasti dapek hargo besar, flash sale kan jugo sering nawari dikson-diskon besar dan bisa menghemat uang, selain aksesoris biasonyo jilbab ataupun baju, kalo lagi nengok diskon perasaan senang kareno pasti dapat diskon, terkadang terencana terkadang tidak, seperti ketika lagi scroll-scrrol tiba-tiba ado flash sale, langsung aja ikut, biasonyo kalo waktuny tinggal sedikit ada lah perasaan dek-dekan karno waktunyo lah nak habis, terkadang langsung di belikan tetapi terkadang lihat juga kualitas barangnya cakmno, ketika ikut flash sale biasanyo lebih mementingkan kualitas, ketika flash tidak pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan, tidak pernah merasa menyesal setelah membeli barang saat flash sale, denga adonyo flash sale ini bisa jadi lebih hemat kalo jarang, tetapi kalo sering lebih jadi boros, biasonyo kalo

untuk mengontrol diri langsung diskip ajo video yang ditonton, budaya flash sale tidak mempengaruhi gaya hidup saya.”⁷

Berdasarkan hasil temuan dari wawancara Dera Agustin, Peneliti mendapatkan bahwasanya Informan memiliki kesadaran diri yang tinggi, mengenai kapan *flash sale* itu menguntungkan dan kapan merugikan, informan melihat bahwasanya *flash sale* sendiri bisa membuat pengeluaran menjadi hemat ketika memanfaatkan diskon yang besar-besaran, selain itu informan juga menyadari bahwa penghematan tersebut dapat terjadi jika tetap menjaga belanja hemat jika jarang mengikuti *flash sale* tetapi bisa jadi boros jika sering mengikuti *flash sale*, hal yang menarik dari informan ini, untuk menahan diri dia melakukan skip atau melewati video agar tidak terjebak dengan godaan *flash sale*, hal ini bisa dikatakan dia memiliki kemampuan diri untuk mengendalikan diri, selain itu informan sama seperti informan sebelumnya dia juga merasakan sensasi dek dekan ketika melihat waktu yang hampir habis, tetapi informan menyeimbangkannya dengan melihat kualitas agar tidak terjebak dengan harga murah, informan menegaskan bahwasanya dia tidak pernah merasa menyesal membeli barang saat *flash sale* dan juga tidak pernah membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan, hal ini membuktikan informan melakukan pertimbangan yang matang saat mengikuti *flash sale*, selain itu informan memandang *flash sale* bukan untuk memengaruhi gaya hidupnya.

⁷ “Dera Agustin (22631017), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 11:30 WIB.”

wawancara kepada Nikita Natalia Putri Jaya (25681015) Merupakan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup, beliau Mahasiswi Angkatan 2025 Semester 2, Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, Nikita mengatakan :

“Tertarik mengikut flash sale karena banyak diskon besar sehingga harganya jauh lebih murah, agar dapat menghemat pengeluaran, biasanya membeli sepatu, aksesoris, tas, dengan adanya diskon besar-besaran sangat senang, biasanya belanja di akhir-akhir bulan, mengikuti flash sale pernah melakukan perencanaan, tetapi terkadang tidak pernah terencana, biasanya kalau melihat waktu flash sale yang tinggal sedikit merasa panik bang, pernah sampai cek out karena panik tetapi barangnya bermanfaat, kalau untuk takut kehabisa stok tidak selalu merasa takut kehabisan, dan juga lebih mementingkan kualitas dari pada harga murah, tidak pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan saat flash sale, pernah juga menyesal ketika melakukan pembelian saat flash sale, dari adona flash sale membuat pengeluaran menjadi lebih hemat, dan juga merasa pembelian saat flash sale lebih terkedali tidak pernah merasa tidak terkendali, biasanya melihat lebih kegunaannya terlebih dahulu, fungsinya, dengan budaya flash sale mempengaruhi hidup saya.”⁸

Berdasarkan dari wawancara dengan Nikita Natalia Putri Jaya, peneliti menemukan beberapa poin mengenai perilaku konsumsi Nikita, yaitu nikita merasa panik ketika melihat waktu yang tinggal sedikit sehingga melakukan cekout, tetapi tetap memiliki nilai guna barang yang di checkout, hal ini membuktikan strategi *flash sale* dalam menghitung mundur waktu mampu mempengaruhi informan yang mengambil keputusan yang cepat, meskipun dalam kondisi panik informan tetap berusaha memastikan barang yang dibeli memiliki manfaat. Bukan sekedar mengejar harga murah. Biasanya informan

⁸ “Nikita Natalia Putri Jaya (25681015), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 13.15 WIB.”

belanja di setiap akhir bulan hal ini menunjukkan bahwa informan mencoba bersikap hemat dalam berbelanja saat *flash sale*, sehingga informan merasa dirinya menjadi lebih hemat dan terkendali dari adanya *flash sale*, informan juga mengakui budaya *flash sale* mempengaruhi gaya hidupnya.

wawancara kepada Anisa Triyani (24631043) merupakan mahasiswi Prodi Perbankan Syariah IAIN Curup, beliau merupakan angkatan 2024, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan ia mengatakan :

“Mengikuti flash sale karena tergiur dengan hargo-hargonyo yang sering diskon, selain itu hargonyo murah, lebih sering belanjo baju samo rock, perasaan saat melihat diskon besar-besaran tergiut ingin membelinya, sebelum mengikuti flash sale pasti melakukan perencanaan, sertiap melihat waktu yang tinggal sedikit meraso dek dekan, buru-buru nak beli, tetapi tidak pernah membeli barang karena takut kehabisan stok, lebih memilih kualitas ditimbang harga murah, seperti lebih penting harga normal yang penting kualitas baik, pernah juga membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan, ektika membeli barang saat flash sale sering menyesal karno kualitas nya jelek tidak sesuai, dari flash sale ini merasa menjadi lebih boros, sehingga menyebabkan diri tidak terkendali, biasanya untuk mengtrol diri tidak membuka aplikasihnya. dari adanya budaya flash sale tidak mempengaruhi gaya hidup.”⁹

Berdasarkan hasil wawancara dari informan, dia mengakui sering tergiur dengan diskon yang besar, dari adanya batasan waktu hal ini membuat tekanan psikologis berupa perasaan terburu-buru untuk melakukan chek out hal ini menunjukkan sama seperti informan sebelumnya *flash sale* mampu mempengaruhi sisi impulsif informan, berbeda dari informan sebelumnya yang mana Anisa merasakan

⁹ “Annisa Triyani (24631043), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.34 WIB.”

menjadi lebih boros dan merasa sering menyesal setelah berbelanja, karena tidak sesuai dengan ekspektasi, dan menyebabkan pengeluarannya tidak terkendali, tetapi informan sadar dengan kelemahannya dengan cara memilih tidak buka aplikasi belanja, untuk mempertahankan diri agar tidak terjerumus godaan *flash sale*, informan mengakui bahwa budaya *flash sale* tidak mempengaruhi gaya hidupnya, dapat diartikan bahwasanya anisa ini hanya melakukan checkout karena kekilafan seasaat.”

wawancara kepada Yunita Fitria (24631046) Merupakan mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Curup, Angkatan 2024 semester 4, berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Yunita Fitria Ia mengatakan :

“tertarik mengikuti flash sale karena hargonyo murah, biar dapat barang bagus tapi murah, biasanya beli skincare, melihat diskon besar-besaran biasanya dak dig duk, dan melakukan perencanaan sebelum membeli pernah membeli barang karena takut kehabisan stok dan juga ketika melihat waktu yang tinggal sedikit dek-dekan, tidak mementingkan harga murah, yang penting kualitas baik, pernah membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan saat flash sale, yaitu rol rambut, sehingga membuat menyesa, dari flash membuat menjadi lebih boros, dari flash ini membuat sangat tidak terkendali, untuk menghindari godaan flas sale, dengan cara tidak melihat tanggal, tidak membuka aplikasihnya, dengan adanya flash sale tidak terlalu mempengaruhi gaya hidup netral lah bang.”¹⁰

Sama seperti informan sebelumnya Yunita juga merasakan hal yang sama ketika adanya waktu tinggal sedikit yaitu perasaan yang membuat dek-dekkan, informan juga pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan karena dorongan sesaat, ini termasuk ke perilaku israf,

¹⁰ “Yunita Fitria(24631046), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.42 WIB.”

munculnya rasa menyesal informan merasakan dirinya tidak terkendali dengan adanya *flash sale* dan menjadi lebih boros, meskipun adanya pemborosan yang sangat tidak terkendali tetapi informan merasa gaya hidupnya netral.

2. Pemahaman Mahasiswa/I ES & PS Terhadap Etika Konsumsi

Islam

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan peneliti akan Memaparkan hasil wawancara terhadap mahasiswa/I Program studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, wawancara ini terkait dengan pemahaman terhadap etika konsumsi islam

Wawancara dengan Airin Clarisa (25681026) ia mengatakan :

“israf itu berlebihan, al-itidal kurang tau, jika membeli barang berlebihan itu termasuk israf, jika belanja biasanya tidak teringat dengan prinsip Islam, selama berbelanja belum merasa seimbang dalam berbelanja.”¹¹

Dari hasil wawancara peneliti dengan Airin, ia sekedar mengetahui arti dari *israf* yaitu berlebihan, tetapi tidak mengetahui secara mendalam apa yang dimaksud dengan berlebihan itu sendiri, dan juga tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan *al-itidal*, informan berbelanja biasanya tidak teringat dengan prinsip Islam hal ini menunjukkan daya tarik dari *flash sale* mampu mempengaruhi pikiran emosional airin, airin juga merasa belum seimbang dalam berbelanja, dalam hal ini dia telah memiliki kesadaran yang jujur, sehingga menunjukkan sebenarnya informan sadar dengan perbuatannya tetapi

¹¹ “Airin Clarisa (25681026), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 09.34 WIB.”

masih masuk kerana *israf* , hal ini menunjukkan bahwa pemahaman informan masih bersifat umum dan belum mencapai tahapan literasi akademi yang mendalam agar kesadaran yang informan miliki bisa terjaga.

Wawancara dengan Rahma Dwi Alvionita (24631047) ia mengatakan :

“Israf itu membeli barang yang berlebihan, samo seperti boros bang, kalo al-itidal kurang tau, iya jika membeli barang termasuk kedalam kategori israf, ketika berburu flash sale tidak teringat dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam, kalo untuk menyeimbangkan belanja lebih berhati-hati membeli barang, jika tidak di perlukan maka tidak di beli,selama berbelanja di flash sale, belum seimbang dengan konsumsi islam.”¹²

Dari hasil wawancara dengan Rahma Dwi Alvionita, peneliti menemukan bahwasanya literasi Rahma dalam *israf* sudah cukup baik, informan menyandingkan berlebihan dengan boros, tetapi informan kurang memahami tentang *al-itidal*, tetapi tanpa informan sadari dia telah menjawab mengenai *al-itidal* itu sendiri, ketika peneliti menanyakan cara agar menyeimbangkan keinginan belanja dengan konsep konsumsi Islam Rahma mengatakan belanja lebih berhati-hati jika tidak diperlukan maka jangan untuk dibeli, selama berbelanja informan mengaku belum seimbang dalam berbelanja hal ini menunjukkan bahwasanya informan menyadari perilaku mereka namun secara praktek dalam menghadapi godaan *flash sale* ada kesulitan hal ini menunjukkan bahwa godaan *flash sale* sangat kuat mempengaruhi informan.

¹² “Rahma Dwi Alvionita (24631047), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.24 WIB.”

Wawancara dengan Dewi Rusmiati (22631020) ia mengatakan :

“Sepengetahuan saya kalo israf tu gaya hidup yang terlalu berlebihan lebih atau bermewah-mewahan dan memboroskan harta, kalo al-itidal itu lebih seimbang menggunakan sesuatu dengan sesuai kemampuan dan kebutuhan, membeli barang yang tidak dibutuhkan iya termasuk kedalam kategori israf, ketika membelu barang teringat denga prnsip-prinsip konsumsi islam, biasanya untuk menyeimbangkan belanja dengan prinsip konsumsi islam dengan menahan diri agar tidak terburu-buru membeli karena hanya tergiur diskon lalu mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-beanr dibutuhkan dan bermanfaat atau tidak, pengalaman saya sudah mencermikan konsep al-itidal.”¹³

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Dewi Rusmiati, Peneliti menemukan bahwasanya informan memiliki literasi yang baik, informan mampu menjelaskan kedua definisi *israf* dan *Al-itidal* dengan akurat, pandangan informan bukan hanya sekedar melihat *israf* Itu boros tetapi melihat dengan sudut pandang gaya hidup yang bermewah-mewahan, pemahaman mengenai *al-itidal* juga dipaparkan dengan baik dipandang sebagai kemampuan dan kebutuhan, strategi yang dipakai informan juga sangat baik dalam menahan diri agar tidak terburu-buru, sedangkan *flash sale* sendiri di rancang sebagai strategi penjualan cepat yang membuat konsumen mengambil keputusan yang singkat.

Wawancara dengan Muammar Lutfhi (25681044) ia mengatakan :

“israf itu berlebihan sikap yang boros, al-itidal tidak boros, iya membeli barang yang tidak dibutukan termasuk israf, saat berburu flash sale teringat dengan prinsip-prinsip konsumsi islam, biasanya jika menyeimbangkan keinginan membeli barang yang betul-betul

¹³ “Dewi Resmiati (22631020), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 11.23 WIB.”

dibutuhkan saja, pengalaman saya sudah mencerminkan konsep al-itidal”¹⁴

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Muammar Lutfhi ia, memahami *israf* dan *al-itidal* sebagai boros dan tidal boros, secara teori dia memang kurang mampu menjelaskan tetapi pemahaman dia berbentuk praktek secara langsung dalam berbelanja, informan mengungkapkan bahwa berbelanja hanya betul-betul dibutuhkan saja hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan konsumsi informan sudah seimbang sesuai dengan apa yang ia katakan bahwa sudah mencerminkan konsep *al-itidal*.

Wawancara dengan Erdo Ferbi Jeksen (22681015) ia mengatakan :

“israf itu perilaku konsumtif belanja yang berlebihan kalo al-itidal cukup dengan kebutuhan saja, iya jika membeli barang yang tidak dibutuhkan termasuk kedalam israf, ketika berburu flash sale teringat dengan prinsip konsumsi dalam islam, cara menyeimbangkan keinginan membatasi budget 100.000 untuk flash sale agar tidak berlebihan, selama ini saya merasa belum mencerminkan konsep al-itidal.”¹⁵

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan erdo informan menjelaskan *israf* sebagai perilaku konsumtif yang berlebihan dan *al-itidal* sebagai kecukupan berdasarkan kebutuhan saja, hal ini menunjukkan bahwa erdo memandang dari fungsional sebuah barang, erdo mengontrol diri dengan membatasi *budget* 100,000 khusus untuk *flash sale*, hal ini agar tidak terjebak kedalam pemborosan, tetapi dia

¹⁴ “Muammar Lutfhi (25681044), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 13.24 WIB.”

¹⁵ “Erdo Ferbi Jeksen (22681015), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 12.10 WIB.”

mengaku selama ini, dia belum mampu mencerminkan konsep *al-itidal*, menurut pandangan peneliti ada kemungkinan dari *buget* yang di batasi oleh Erdo informan masih membeli barang yang sebenarnya belum tentu dibutuhkan akibat dari tekanan takut kehabisan stok, pengaruh dari strategi *flash sale* itu sendiri.

Wawancara dengan Revaliza Dwi Anggraini (25681041) ia mengatakan :

“kurang tau mengenai konsep israf dan konsep al-itidal, kurang tau jugo bang kalo berlebihan itu termasuk israf atau tidak juga kutang tau, iya jika membeli barang biasanya saya teringat agar tidak boros, biasanyo untuk menyeimbangkan prinsip konsumsi dalam islam lebih memikirkan kegunaan ajo agar lebih terkontrol, sepengalaman saya iya sudah mencerminkan”¹⁶

Dalam wawancara dengan Revaliza Dwi Anggraini, Informan mengatakan secara jujur dia tidak mengetahui konsep *israf* dan *al-itidal*, tetapi walaupun dia tidak mengetahui akan teori tersebut dia memiliki pagar batasan agar tidak boros, dan agar memikirkan kegunaan agar lebih terkontrol. hal ini sudah mencerminkan konsep *al-itidal* itu sendiri, meskipun ia tidak mengetahui istilah tersebut tetapi dia telah mengaku sudah mencerminkan konsep *al-itidal* itu sendiri, jadi menurut peneliti hal ini dapat disimpulkan bahswanya nilai moral untuk tidak boros lebih di pahami dibandingkan dengan teoritis.

Wawancara dengan Dera Agustin (22631017) ia mengatakan :

“israf itu berlebihan seperti boros kalo al-itidal tidak berlebihan, iya termasuk kedalam kategori israf jika membeli barang yang tidak

¹⁶ “Revaliza Dwi Anggraini (25681026), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 09.24 WIB.”

dibutuhkan, ketika berburu flash sale jarang teringat dengan prinsip konsumsi islam, cara menyeimbangkan belanja biasa mengatur keuangan dengan baik, sepengalaman saya sikap berbelanja saya masih harus diperbaiki agar lebih seimbang.”¹⁷

Dalam wawancara dengan Dera Agustin, dia menjelaskan secara sederhana konsep *israf* dan *al-itidal*, *israf* itu berlebihan seperti boros sedangkan *al-itidal* tidak berlebihan, disini dapat diartikan bahwa dia cukup mengetahui hal ini, tetapi dalam prakteknya ia mengaku masih jarang teringat dengan prinsip konsumsi Islam, dari sini peneliti menganalisis bahwa motivasi dari harga murah lebih menominasi di banding dengan nilai-nilai etika yang dia miliki, hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara sebelumnya. Bahwa dia pernah spontan ikut *flash sale*, informan juga mengakui bahwa masih butuh perbaikan dalam sikap belanjanya.

Wawancara dengan Nikita Natalia Putri Jaya (25681015) ia mengatakan :

“israf tu perilaku yang berlebihan sedangkan dalam islam tuh dak boleh berperilaku yang berlebih-lebihan, kalo al-itidal itu sikapnya seimbang jadi tidak berlebihan, iya termasuk kedalam kategori israf membeli barang yang tidak dibutuhkan, ketika berburu flash sale kadang teringat dengan prinsip konsumsi islam, tetapi lebih sering lupa kalo tergoda diskon, cara menyeimbangkan belanja saya, saya lebih membeli barang yang benar-benar saya butuhka, sepengalaman saya selama ini belum semuanya saya mencerminkan konsep al-itidal.”¹⁸

Dari wawancara dengan informan Nikita Natalia Putri Jaya, dapat disimpulkan Nikita memiliki pemahaman yang cukup mendalam, dia

¹⁷ “Dera Agustin (22631017), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 11:30 WIB.”

¹⁸ “Nikita Natalia Putri Jaya (25681015), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 13.15 WIB.”

juga menjelaskan secara islamik bahwasanya berperilaku berlebihan itu dilarang, dia mengatakan secara tegas bahwa pembelian barang yang tidak dibutuhkan itu termasuk kategori *israf*. Nikita juga mengakui lebih sering lupa kalau tergoda dengan diskon, dalam hal ini psikologi Nikita berdampak lupa akan adanya diskon sehingga tergoda dengan harga murah, walaupun ia telah mencoba menyeimbangkan dengan belanja yang benar-benar dibutuhkan secara jujur Nikita mengakui belum semuanya mencerminkan konsep *al-itidal*. Dari hal ini dapat dikatakan bahwasannya untuk menyeimbangkan antara nafsu belanja dengan menjaga prinsip Islam perlu perjuangan mental yang lebih.

Wawancara dengan Annisa Triyani (24631043) ia mengatakan :

*” israf atau berlebih-lebihan tu membuat kito idak biso mengontrol diri kito untuk berbelanja cenderung boros, sedangkan al-itidal lebih bisa mengtrol diri, iya termasuk ekdalam kategori israf membeli barang yang tidak diperlukan, ketika berburu flash sale biasanya tidak teringat dalam prinsip konsumsi islam, biasanya untuk menyeimbangkan keinginan belanja dengan mengaturnya, sepengalamn saya, saya belum mencermikan konsep al-itidal.”*¹⁹

Berdasarkan wawancara dengan Annisa Triyani, peneliti menemukan bahwa Annisa mengungkapkan *israf* itu perilaku yang tidak bisa mengotrol diri sedangkan *al-itidal* perilaku yang dapat mengtrol diri, dapat diartikan bahwa konsep dari *israf* dan *al-itidal* adalah kemampuan seseorang untuk memegang kendali secara penuh agar tidak terjerumus kedalam perilaku boros atau konsumtif, disini informan mengakui bahwa ia sering tidak teringat dalam prinsip

¹⁹ “Annisa Triyani (24631043), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.34 WIB.”

konsumsi Islam, hal ini menunjukkan bahwasannya strategi dari *flash sale* dapat melumpuhkan kendali psikologi seseorang dalam hal ini dorongan emosional mengalahkan pengetahuan religius. Informan juga mengakui bahwa dia masih belum mencerminkan konsep *al-itidal* walaupun dia telah mengakui bahwa untuk mengontrol diri perlunya mengatur keinginan, tetapi dia tetap kalah dengan tekanan *flash sale*.

Wawancara dengan Yunita Fitria (24631046) ia mengatakan :

“israf itu berlebih-lebihan yang saya tau itu perilaku tidak baik termasuk mengikuti langkah setan, kalo al-itidal itu lebih seimbang tidak boros, iya termasuk kedalam kategori israf membeli barang yang tidak dibutuhkan, sering terlupakan dengan prinsip konsumsi islam jika sedang mengikuti flash sale, untuk meyeimbangkan belana biasanya sesuai kantong ajo sih bang, selama ini saya merasa dari pengalaman belanja saya mungkin belum mencerminkan konsep al-itidal”²⁰

Berdasarkan wawanca Dengan Yunita Fitria, informan sangat berbeda dengan iforman sebelumnya ia mendefinisikan *al-israf* tidak hanya sebatas boros atau berlebihan saja, tetapi ia mengungkapkan perilaku *israf* itu tidak baik karena mengikuti langkah setan, meskipun informan memiliki teori yang tajam, secara jujur informan mengakui bahwa prinsip tersebut sering terlupakan saat mengikuti *flash sale*, hal ini karena terpicu dengan adanya harga murah sehingga mampu menutup kesadaran seseorang, untuk menyeimbangkan belanja Yunita mengungkapkan sesua buget yang dimiliki saja, hal ini menunjukkan bahwa startegi yang dia gunakan memiliki keterbatasan dana, dari pada mengikuti prinsip konsumsi islam, pengakuan dari yunita juga belum

²⁰ “Yunita Fitria(24631046), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.42 WIB.”

mencermikan konsep *al-itidal*, walaupun dia mengaku telah belanja sesuai kantong tetapi belum bisa mencapai derajat keseimbangan dalam konsum *flash sale*,

3. Analisis Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku konsumsi mahasiswa/i

Wawancara dengan Airin Clarisa (25681026) ia mengatakan :

“flash sale menjadi manfaat ketika mendapatkan harga murah tetapi tidak berlebihan dalam berbelanja, tetapi jika berlebihan membelanjanya maka akan menjadi mudharat, seharusnya seorang mahasiswa muslim agar tidak berlebih-lebihan, saran untuk mahasiswa lain agar tidak terjerumus membeli barang tidak berlebihan”²¹

Wawancara dengan Rahma Dwi Alvionita (24631047) ia mengatakan :

“masalahat membeli barang yang betul betul kita gunakan, mudharat ketika membeli barang yang tidak kepakai, saran untuk mahasiswa lain agar tidak tergoda ssaat flash sale, menahan dirimembeli barang yang dibuthkan dari pada yang di inginkan, tutup saja aplikasihnya, kalo idak ado duit dak usah makso.”²²

Wawancara dengan Dewi Resmiyati (22631020) ia mengatakan :

“flash sale bisa menjadi masalahat ketika digunakan secara bijak, misalnya dengan membeli barang-barang yang memang sudah di butuhkan, flash sale menjadi mudharat ketika menjadi perilaku konsumtif misalkan membeli barang-barang yang memang tidak dibutuhkan, seharusnya seorang mahaiswa tidak langsung tergoda dengan diskon tetapi menilai terlebih dahulu apakah barang barang tersebut memang benar benar dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan sesaat, saran untuk mahasiswa agar tidak tergoda dengan flash sale biasakan diri menggunakannya dengan bijak membuat daftar

²¹ “Airin Clarisa (25681026), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 09.34 WIB.”

²² “Rahma Dwi Alvionita (24631047), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.24 WIB.”

*kebutuhan sebelum flash sale dan membeli barang-barang yang betul betul di butuhkan.”*²³

Wawancara dengan Muammar Lutfhi (25681044) ia mengatakan :

*“menjadi mudharat ketika membeli barang yang tidak bermanfaat dan menjadi masalah ketika membeli barang yang lebih bermanfaat, menurut saya seharusnya mahasiswa tidak perlu berlebihan dengan godaan flash sale karena flash sale strategi penjualan yang terulang, saran saya untuk mahasiswa lain menggunakan lah flash dengan bijak tidak untuk hanya meningkatkan ego saja.”*²⁴

Wawancara dengan Erdo Ferbi Jeksen (22681015) ia mengatakan :

“disaat bisa mengontrol diri belanja sesuai kebutuhan menjadi masalah dan tidak boros, tetapi menjadi mudharat ketika boros, menurut saya agar mahasiswa lain dapat mengontrol diri dengan baik terhadap adanya godaan flash sale, seperti menyiapkan budget khusus untuk flash sale tetapi tidak berlebihan, saran untuk mahasiswa lain agar tidak terjebak belajar tentang agama lebih mendalam, mana yang boros atau tidak.”

Wawancara dengan Revaliza Dwi Angraini (25681041) ia mengatakan :

*“menjadi masalah ketika kita bisa memikirkan barang ini bisa bermanfaat untuk diri kita atau tidak, menjadi mudharat ketika membeli barang yang tidak dibutuhkan sehingga tidak berguna sama sekali, menurut saya untuk mahasiswa lain untuk bersikap terhadap godaan flash sale memikirkan kegunaan untuk diri sendiri agar uang bisa lebih terkendali tidak sia-sia, untuk mahasiswa lain agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif flash sale membeli seperlunya saja.”*²⁵

Wawancara dengan Dera Agustim ia mengatakan :

“masihat jika tepat membeli barang yang berguna, mudharat jika berlebihan, menurut saya agar mahasiswa lain bersikap dengan godaan

²³ “Dewi Resmiati (22631020), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 11.23 WIB.”

²⁴ “Muammar Lutfhi (25681044), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 13.24 WIB.”

²⁵ “Revaliza Dwi Angraini (25681026), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 09.24 WIB.”

flash sale untuk lebih berhati-hati jangan sampai implusif untuk mahasiswa lain agar fokus kepada kebutuhan bukan keinginan.”²⁶

Wawancara dengan Nikita Natalia Putri Jaya (25681015) ia mengatakan :

*“flash sale membawa masalah jika membeli sesuai kebutuhan, mudharatnya jika berlebihan, mahasiswa seharusnya bersikap terhadap godaan flash sale lebih bijak tidak tergoda dengan flash sale, saran saya untuk mahasiswa lain agar tidak terjebak membuat daftar kebutuhan dan jangan tergoda.”*²⁷

Wawancara dengan Annisa Triyani (24631043) ia mengatakan :

“saat kita mendapatkan apa yang kita inginkan sesuai itu termasuk masalah tetapi jika dapat apa yang kita tidak inginkan sesuai itu menjadi mudharat, seharusnya mahasiswa muslim bersikap terhadap godaan flash sale lebih di atur agar tidak terlalu sering ikut flash sale, untuk mahasiswa lain agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif dalam flash sale harus bisa mengatur gaya hidup jangan sampai tergoda dengan harga flash sale.”

Wawancara dengan Yunita Fitria (24631046) ia mengatakan :

*“flash sale menjadi masalah ketika barang yang kita cari itu betul-betul kita butuhkan dan mendapatkan harga yang murah, sedangkan mudharat ialah membuat kita menjadi boros mengikuti keinginan, menurut saya agar mahasiswa bersikap terhadap godaan flash sale lebih santai ajoin jangan tidak galo di beli, saran untuk mahasiswa lain agar tidak terjebak dalam flash sale harus bisa menahan diri jangan apa yang kita inginkan.”*²⁸

Berdasarkan hasil dari wawancara 10 informan, bahwasannya informan sepakat dengan flash sale bisa membawa masalah dan bisa membawa mudharat, membawa masalah dimanfaatkan dengan baik,

²⁶ “Dera Agustin (22631017), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2022, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 11:30 WIB.”

²⁷ “Nikita Natalia Putri Jaya (25681015), Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2025, Wawancara Pribadi, Tanggal 13 April 2026, Pukul 13.15 WIB.”

²⁸ “Yunita Fitria(24631046), Prodi Perbankan Syariah, Angkatan 2024, Wawancara Pribadi, Tanggal 09 April 2026, Pukul 10.42 WIB.”

mengejar harga murah, tetapi tidak berlebihan, mencari kegunaan, utamakan fungsi bukan gengsi, mengutamakan manfaat barang tersebut, menggunakannya secara bijak, akan terjadi juga *mudharat* ketika control diri seseorang hilang, tidak menggunakan secara bijak, terlalu berlebihan dalam mengikuti *flash sale*, membeli barang yang tidak terpakai, tidak betul-betul dibutuhkan tetapi dibeli

Solusi dari godaan *flash sale*, membuat daftar kebutuhan, membatasi buget, mengskip video, menutup aplikasih, untuk bisa mengatur lagi agar tidak terlalu sering mengikuti *flash sale*. Harus bisa lebih santai lagi jangan semua yang dilihat mau, jangan takut kehabisan stok bahwa strategi *flash sale* adalah pemasaran yang terulang, harus bisa mengatur gaya hidup, memikirkan kegunaan agar uang bisa lebih terkendalikan, serta memperdalam ilmu agama untuk membatsi sikap boros.

Dalam penelitian dari ke 10 informan bahwa dapat kita temui bahwa ke 10 informan ini memiliki kesadaran yang kritis dalam berbelanja *flash sale*, secara sadar dan tanpa disadari mereka mengetahui konsep *israf* dan *al-itidal* itu sendiri serta juga mengetahui bahwasannya *flash sale* dapat menjadi *mudharat* dan *maslahat*, peneliti juga sangat setuju dengan yang di ungkapkan oleh Muammar Lutfhi bawasanya *flash sale* hanya strategi penjualan yang terulang, selain itu saran dari Erdo Jeknsen untuk belajar agama lebih mendalam sangat baik agar tidak terjerumus dari langka setan yang di ungkapan oleh Yunita.

B. Pembahasan

Berdasarkan paparan yang telah peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan kesepuluh informan mahasiswa/I mengenai perilaku konsumsi pada *flash sale*, peneliti melakukan analisis terkait temuan yang telah diberikan oleh informan terkait fakta lapangan dengan teori etika konsumsi islam, pada bagian pembahasan ini peneliti bertujuan untuk menjawab dari rumusan masalah yang telah peneliti buat, mengenai bagaimana bentuk perilaku konsumsi mahasiswa muslim yang muncul akibat dorongan harga murah dalam *flash sale*, bagaimana mahasiswa ES & PS memahami prinsip etika konsumsi islam dalam menghadapi godaan *flash sale* dengan potongan yang besar. Dan bagaimana analisis etika konsumsi islam terhadap pola perilaku konsumsi mahasi/I pada *flash sale* ditinjau dari konsep *israf* dan *al-itidal*.

Fenomena *flash sale* sendiri dikalangan mahasiswa/I sendiri, menjadi kelompok yang paling aktif menggunakan *smartfone*, dikalangan mahasiswa/I, muncul rasa takut ketinggalan trend dan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan harga murah²⁹, sehingga hal ini mengakibatkan goyahnya pikiran terhadap butuh atau tidak. Yang terkalahkan dengan waktu, dengan hal ini bisa menyebabkan mahasiwa/I bersikap boros, karena sering goyah dalam melakukan pertimbangan antara kebutuhan dan keinginan, hal ini tentu sangat bertentangan dengan konsep konsumsi dalam islam yang menekankan konsep *al-itidal*

²⁹ Riski Basuki Aditiya, *Pengaruh Aplikasi Social Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Lampung*, 2025.

keseimbangan, dalam mengelola harta dan mengendalikan diri secara bijak harus dapat dilakukan dengan baik agar tidak terjerums kedalam *israf* atau berperilaku berlebihan dan tidak bermanfaat yang sangat jelas di larang dalam agama islam.

Dalam agama islam sendiri telah menjelaskan dilarangnya berperilaku boros, di sebutkan dalam Q.S Al-isra : 27³⁰

إِنَّ الْمُبْرِئِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya.*”

Ayat diatas menjelaskan bahwa perilaku boros membeli barang yang tidak dibutuhkan termasuk kedalam *israf* orang yang berlebihan atau orang yang boros, berbelanja yang berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaat dan nilai guna harus dihindari karena bertentangan dengan perilaku konsumsi islam dan bertentangan dengan Al-Qur'an.

Fenomena ini menunjukan bahwa etika konsumsi Islam di era digital masisbanyak mahasiswa yang terjebak kedalam dorongan implusif, disatu titik mahasiswa memiliki literasi mengenai *israf* dan *al-itidal* yang cukup baik tetapi di sisi lain dengan adanya godaan *flash sale* yang membuat goyah psikologis mahasiswa/I dalam mengontrol diri, sehingga dapat diartikan etika konsumsi Islam di era digital tidak hanya bergantung kepada pehaman semata melainkan harus bisa memegang kontrol diri dalam keinginan semata.

³⁰ Fatima Azzahra, Rafiqi Rafiqi, and Yusuf Zaini Aprizal, “Pengaruh Promo Flash Sale, Voucher Diskon Belanja, Dan Brand Image Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Di Kota Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Journal of Sharia Economics* 7, no. 2 (2025).

1. Bentuk perilaku konsumsi mahasiswa/I yang muncul akibat dorongan harga murah dalam *flash sale*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwsannya dari ke 10 informan mahasiswa/I, yang telah di wawancarai peneliti menemukan bahwa dorongan yang muncul akibat dari harga murah pada fitur *flash sale* membentuk perilaku konsumtif, dapat dilakrifikasian sebagai berikut :

a. Perilaku Implusif

Peneliti menemukan bahwa beberapa mahasiswa sudah termasuk kedalam kategori Impulsif yang dipicu dengan tekanan waktu yang terhitung mundur dan mengambil keputusan secara cepat ketika melihat stok waktu yang tinggal sedikit dan takut kehabisan stok hal ini dinyatakan oleh 7 mahasiswa/I, Yaitu (Airin, Rahma, Erdo, Dera, Nikita, dan Yunita), dan juga merasa dekan ketka melihat waktu yang tnggal sedikit, hal ini bisa membuat tekanan psikologi pikiran mereka dapat berubah sewaktu-waktu sehingga dari pengetahuan yang mereka milik dapat berubah seiring dengan godaan *flash sale* itu sendiri.

b. Goyahnya perinsip benar dan salah

Pada bab 2 yang telah penulis jeaskan dalam etika konsumsi adanya perinsip benar dan salah dalam mengatur karakter watak manusia, mana itu yang benar mana juga yang salah, dalam fenomena *flash sale* pada penelitian yang telah dilakukan peneliti, ada beberapa mahasiswa tergoyahkan dengan pikiran mereka

sendiri, hal ini dijelaskan oleh informan bernama Yunita, dia sangat paham mengenai *israf* suatu perilaku yang boros dan mengikuti langkah setan tetapi kenyataan di lapangan dia malah terjerumus kedalam langkah setan tersebut, di karenakan lupa dengan prinsip konsumsi islam ini sendiri, sama juga dengan nikita ia mengetahui prinsip benar atau salah tetapi ketika di lapangan dia sering lupa kalau tergoda diskon.

Fenomena ini terjadi karena kuatnya godaan dari *flash sale*, sehingga terjadi konflik batin yang mana membuat pikiran mereka terganggu dengan pemahaman yang dimiliki sehingga terciptanya prinsip yang benar dan salah dalam melakukan tindakan.

c. Perilaku pertahanan yang muncul

Dari hasil wawancara yang telah diteliti oleh peneliti ada beberapa tindakan yang muncul seperti dari Erdo untuk tidak terjemak dalam perilaku *israf* dia membatasi belanja bulanan khusus untuk *flash sale*, hal ini agar nafsu belanjanya tetap terjaga, Yunita sendiri bertahan dengan kondisikan dengan kondisi keuangan jangan memaksa, tetapi dalam kenyataannya, Muammar Lutfhi menanamkan kedalam pikiran bahwasannya strategi *flash sale* hanyalah strategi penjualannya yang terulang tidak perlu takut kehabisan.

Disini bisa kita lihat bahwasannya karakter dan watak informan tentu berbeda-beda untuk melakukan pertahanan dalam godaan *flash sale*, hal ini dilakukan karena adanya kesadaran dalam

watak mahasiswa/I, yang berusaha dalam pertahanan agar tidak terjerumus dalam *israf*. Hal ini menjelaskan bahwa hati nutani mereka tetap bekerja walaupun kalah dengan psikologi pikiran yang masuk dengan adanya godaan *flash sale*.

2. Pemahaman Mahasiswa/I ES & PS, dalam prinsip etika konsumsi

Berdasarkan prinsip-prinsip dalam agama Islam dalam etika konsumsi yang telah dijelaskan oleh peneliti pada bab II, Ada beberapa prinsip –prinsip dalam etika konsumsi sebagai berikut :

1) Prinsip mengetahui tujuan konsumsi

Beberapa informan membeli pakaian, jilbab, sepatu dll jika niat mereka untuk menutup aurat dan tampil rapi, bersih, serta berfungsi sebagai sarana pendukung untuk ibadah, insya allah aktifitas konsumsi ini telah memenuhi syarat dalam mendapatkan ridha Allah SWT, tetapi jika hanya untuk pamer, dan tidak bermanfaat akan menjadi *mudharat*.

2) Prinsip Kaidah Ilmiah

Seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan, kegunaan, dan kualitas, karena dalam agama Islam sangat perlu diperhatikan agar tidak terjadi *mudharat*.³¹ Informan seperti Revaliza dan Dera menekankan tentang kegunaan barang, jika mahasiswa membeli barang hanya karena murah tanpa melihat kualitas, dan tidak layak pakai maka hal ini akan menimbulkan *kemudharatan*.

³¹ Anindya Aryu Inayati, Dieky Adi Prasetyo, and Fiqih Zeem, “Flash Sale Dalam Tinjauan Masalah Mursalah: Strategi Marketing Atau Manipulasi Harga?,” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2025)

Kebersihan tentu saja harus di nilai dengan cara menilai kebersihan batin agar tidak terjerumus dalam perilaku impulsif dengan cara membeli barang ketika betul-betul dibutuhkan saja seperti yang dikatakan Muammar lutfhi, *flash sale* itu hanya strategi penjualan yang terulang, dengan adanya kesadaran penuh untuk tidak terjerumus kedalam perilaku impulsif hal ini dapat masuk kedalam kategori bersihnya batin dalam melawan godaan *flash sale*.

3) Prinsip Kuantitas

Pada Prinsip ini seseorang muslim lebih baik berperilaku sederhana dan tidak bermewah-mewahan, pada temuan peneliti strategi Erdo dan Muammar lutfhi yang menggunakan anggaran dan daftar kebutuhanm secukupnya hal ini menjadikan kuantitas belanja mereka terjaga karena membatasi bujet dan menahan kepentingan.sehingga terhindari dari hidup bernewah-mewahan yang dapat meggoyahkan finansial mereka dalam berperilaku produktif.

Prinsip kuantitias ini harus bisa dijaga dengan baik, fokus gunakan fungsi bukan gengsi, gaya hidup yang sederhana ini menjadi ujian bagi mahasiwa, yang mana pada saat ini banyak mahasiswa/I yang lebih mementingkan gaya hidup, dengan adanya *flash sale* harga barang yang murah menjadi dorongan mahasiswa untuk membeli barang yang belum tentu dibutuhkan sehingga dapat terjerumus kedalam *israf*.

3. Analisis Etika konsumsi islam terhadap pola perilaku konsumsi mahasiswa/I pada *flash sale* ditinjau dari konsep *israf* dan *al-itidal*

a) *israf*

Dalam temuan yang telah ditemukan oleh peneliti dari 10 wawancara kepada informan, bahwasannya peneliti menemukan keunikan tersendiri dari mahasiswa/I yang telah menjadi informan, dalam wawancara kepada informan tentu rata-rata informan mengetahui apa itu *israf* dan apa itu *al-itidal*. Walaupun hanya mengetahui sebatas arti tanpa mengetahui mendalam teorinya, tanpa disadari mereka telah menanamkan pengetahuan tentang *israf* dan *al-itidal* ini kedalam diri mereka, tentu saja dari hasil wawancara mereka tanpa sadar mengetahui bahwa sikap boros itu tidak baik, ada yang mengatakan termasuk langkah setan, ada yang mengatakan termasuk dalam perilaku konsumtif.

Hal ini juga dapat kita lihat ketika wawancara tentang *maslahat* dan *mudharat*, informan sangat mengetahui betul tentang buruknya berbelanja yang berlebihan sehingga dapat menjadi keburukan yang menyebabkan bertentangan dengan prinsip etika konsumsi islam, informan juga mengetahui dampak kebaikan dari *flash sale* ini sendiri jika digunakan dengan bijak bisa menjadi *maslahat*.

Pada penelitian ini yang menjadi unik adalah sikap para informan yang tanpa sadar terjerumus dalam godaan *flash sale* sehingga tergoyah nya ilmu pengetahuan yang tertanam dalam diri informan ini untuk tidak bersikap berlebih-lebihan, dengan godaan potongan harga yang besar, sehingga memicu pemikiran bahwa bisa menjadi hemat, ketika waktu tinggal sedikit psikologi mulai terganggu sehingga melakukan *checkout* tanpa mempertimbangkan kualitas, dan kuantitasnya, beberapa informan juga mengatakan mereka pernah rugi saat membeli barang *flash sale* karena tidak sesuai dengan yang di dapat dan dilihat.

b) *Al-itidal*

Sama seperti konsep *al-itidal* disini informan tidak banyak yang mengetahui teori tentang *al-itidal* tetapi tanpa disadari mereka telah menanamkan pengetahuan tentang *al-itidal* itu sendiri kedalam diri mereka, informan Muammar Lutfhi pada konsep *al-itidal* ini menjadi acuan yang dapat mengontrol diri melawan strategi penjualan *flash sale*, yang mana menurut ia *flash sale* ini hanyalah strategi penjualanya yang terulang, maka harus tetap tenang dan jangan *fomo* dalam menghadapinya.

Perilaku Erdo juga sangat baik dalam membentuk strategi agar tetap seimbang dalam berperilaku belanja, dengan menyiapkan budget 100.000 dalam 1 bulan untuk khusus *flash sale*, tidak

boleh lebih dari itu, hal ini menjadi kemampuan yang baik dalam *memanage* keuangan.

Pada wawancara kepada informan mereka juga menjelaskan bahwasanya dari *flash sale* ini bisa membawa *masalah* jika menggunakan dengan tepat dan seimbang sehingga bisa menjadi lebih hemat dalam membeli barang yang dibutuhkan, hal ini tentu saja sangat baik agar dapat menghindari kikir pada diri sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan mengenai Etika konsumsi Islam dan perilaku konsumsi pada fenomena flash sale sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pola perilaku Pada mahasiswa Ekonomi Syariah & Perbankan Syariah IAIN Curup, terdapat beberapa poin yaitu 70% mahasiswa/i terjerumus kedalam perilaku impulsif, dikarenakan adanya keputusan yang cepat dalam mengambil keputusan ketika sisa waktu flash sale yang tinggal sedikit serta rasa penyesalan saat melakukan pembelian yang spontan dikarenakan takut kehabisan stok barang, Perilaku yang muncul ketika dalam godaan flash sale goyah nya prinsip benar dan salah, sehingga karakter atau watak manusia bisa berubah secara spontan, bermacam-macam strategi pertahanan yang muncul, hal ini menjadi etika perilaku yang unik dan bagus seperti membatasi bujet khusus untuk flash sale, dan menanamkan ilmu pengetahuan bahwsanya boros itu adalah perilaku setan.
2. Mahasiswa/I program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah dapat disimpulkan informan yang terkait sudah memahami prinsip etika konsumsi Islam, mengenai israf dan al-itidal, dengan baik meskipun secara teori masih banyak informan yang belum bisa menjelaskan secara terperinci, tetapi di dalam diri mereka telah tertanam konsep israf dan al-

itidal itu sendiri, sebagian besar informan memahami bahwa membeli barang secara berlebihan dan tidak sesuai kebutuhan termasuk perilaku *israf*, selain itu, mahasiswa juga menyadari pentingnya mengontrol diri, mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta menerapkan pola konsumsi yang seimbang sesuai ajaran Islam, akan tetapi dalam praktiknya masih terdapat mahasiswa/I yang belum mampu menerapkan prinsip tersebut secara konsisten, ketika menghadapi godaan *flash sale* mereka goyah dengan prinsip etika konsumsi islam.

3. Berdasarkan analisis etika konsumsi Islam, perilaku konsumsi mahasiswa/i dalam fenomena *flash sale* masih menunjukkan adanya unsur *israf* terutama pada perilaku pembelian barang yang tidak dibutuhkan, perilaku konsumtif karena tergiur diskon, serta pengeluaran yang berlebihan, tetapi sebagian mahasiswa/I juga telah menunjukkan penerapan konsep *al-itidal* melalui perilaku konsumsi yang terencana, pengaturan anggaran, pembelian sesuai kebutuhan, dan pengendalian diri agar tidak berlebihan, dengan demikian perilaku konsumsi mahasiswa/i muslim dalam fenomena *flash sale* belum sepenuhnya sesuai prinsip etika konsumsi islam, tetapi telah terdapat upaya untuk menerapkan konsumsi yang lebih seimbang dan bijak sesuai ajaran islam.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa

Diharapkan mahasiswa bisa memperkuat literasi mengenai israf dan al-itidal, dalam kehidupan sehari-hari tentu saja ini sangat penting untuk menjadi ilmu pembelajaran sebagai mahasiswa Ekonomi syariah dan Perbankan Syariah, tentu saja disarankan kepada mahasiswa untuk bisa berperilaku konsumtif yang tidak berlebihan agar terhindar dari sikap boros israf.

Bagi pihak kampus dan tenaga pengajar

Diharapkan dapat menjadi literasi etika konsumsi islam melalui mata kuliah, kegiatan pembinaan dan seminar, agar demikian mahasiswa/I dapat lebih memahami secara mendalam tentang pentingnya bersikap al-itidal, dan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan sesaat

Bagi masyarakat umum

Diharapkan bisa memulai berperilaku yang bijak dalam menggunakan aplikasi belanja online agar tetap terjaga dari godaan sesaat yang bersifat berlebihan, diharapkan berperilaku belanja sesuai dengan kebutuhan, dan juga saran saya agar masyarakat dapat membimbing orang terdekat agar berperilaku belanja yang hemat dan dapat mengontrol emosi sesaat.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada penelitian selanjutnya dapat melanjutkan dan memperluas jangkauan penelitian ini di ruang lingkup yang lebih luas dan lebih mendalam agar hasil yang didapatkan bisa menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Riski Basuki. Pengaruh Aplikasi Social Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Lampung. 2025.
- Adzkiya, Mufidah. Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying (Belanja Impulsif) Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. 2022.
- Akramullah, Fadal Khalid, And Ega Rusanti. "Etika Bisnis & Konsumsi Islam Dalam Perkembangan Digital Payment: Sebuah Tinjauan Sistematis." Integrative Perspectives Of Social And Science Journal 2, No. 01 Februari (2025)
- Akreditasi Program Studi Ekonomi Syari'ah, Laporan Evaluasi Diri 2020 (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2020
- Al-Ghazali, Biografi Imam. "Pemikiran Ekonomi Islam Imam Al-Ghazali." Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam
- Arsip, Fakultas Syariah Ekonomi Islam. N.D.
- Astriaana, Nahya, And Jaharuddin Jaharuddin. "Dampak E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." J-Ceki: Jurnal Cendekia Ilmiah 3, No. 6 (2024)
- Azzahra, Fatima, Rafiqi Rafiqi, And Yusuf Zaini Aprizal. "Pengaruh Promo Flash Sale, Voucher Diskon Belanja, Dan Brand Image Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Di Kota Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." Journal Of Sharia Economics 7, No. 2 (2025)
- Dalimunthe, Sri Fatimah, Eka Sri Wahyuni, And Amimah Oktarina. "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali." Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi 1, No. 2 (2022)
- Darwipat, Dermawansyah, And Agus Syam. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace." Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies 1, No. 2 (2020):
- Delia, Tasya Melsa. Pengendalian Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa/iain Palopo). 2024.
- Fatma, Desi, Sri Melisawati, Reni Renanda, And Ardimen Ardimen. "Etika Dan Moral Dalam Ilmu Pengetahuan." Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan 8, No. 1 (2024)

- Firdaus, Iqlima, Rahmadisa Hidayati, Rida Siti Hamidah, Rina Rianti, And Ritha Cahyuni Khusnul Khotimah. "Model-Model Pengumpulan Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas." *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, No. 2 (2023)
- Firdaus, Muhammad Irkham, And Jaya Sahputra. "Prinsip Maqosid Ash-Shariah Dalam Konsep Kebutuhan Islam." *Tafaqquh* 7, No. 1 (2022)
- Furqon, Imahda Khoiri. "Teori Konsumsi Dalam Islam." *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 6, No. 1 (2018).
- Hamid, Abdul. "Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat." *J-Ebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2018.
- Hidayah, Mahabbatul, And Mirzam Arqy Ahmadi. "Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkir, Dan Viral Marketing Terhadap Impulsif Buying Pada E-Commerce Tiktok Shop." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis* 6, No. 1 (2025)
- Inayati, Anindya Aryu, Dieky Adi Prasetyo, And Fiqih Zeem. "Flash Sale Dalam Tinjauan Masalah Mursalah: Strategi Marketing Atau Manipulasi Harga?" *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 4, No. 1 (2025)
- Indranata, Charisma Jalil. "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam." *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 22, No. 01 (2022)
- Irpiani, Rika. *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Konsumen Online Shop Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidempuan)*. 2023.
- Irwan, Muhammad. "Kebutuhan Dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah." *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 3, No. 2 (2021)
- Jaya Saputra, Adi, Noprizal Noprizal, And Fitmawati Fitmawati. "Pengaruh Promosi Hari Istimewa Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee." *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Curup*, 2026.
- Liling, Anwar. "Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim." *Balanca*, 2019.
- Maulida, Shafa Nabilla. "Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo*, 2022.
- Nuraini, Okta Fajar. *Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Dan Perceived Behaviour Control Terhadap Purchase Intention Pakaian Thrift: Studi Pada Generasi Z Di Kota Malang*. 2025.

- Persada, Maulidika Gemilang. Makna Hadis Larangan Hidup Berlebihan (Kajian Ma'anil Hadis). 2023.
- Pramesti, Shinta Ayu, And Nandang Ihwanudin. "Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah." *Moderation| Journal Of Islamic Studies Review* 1, No. 2 (2021)
- Pratomo, Dimas Budi. "Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2019.
- Qardhawi, Yusuf. *Halal Haram Dalam Islam*. Era Adicitra Intermedia, 2019.
- Sari, Aisyah Sekar, Nadia Aprisilia, And Yessi Fitriani. "Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, Dan Triangulasi." *Indonesian Research Journal On Education* 5, No. 4 (2025)
- Sari, Febrilia Nona. *Gaya Hidup Frugal Living Masyarakat Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Utara Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam*. 2024.
- Suganda, Ahmad. "Urgensi Dan Tingkatan Maqashid Syari'ah Dalam Kemaslahatan Masyarakat." *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan* 30, No. 1 (2020)
- Tumanggor, Simon, Prasetyo Hadi, And Rosali Sembiring. "Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Jakarta Selatan)." *Journal Of Business And Banking* 11, No. 2 (2022)
- Yusup, Deni K. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis: Panduan Praktis Penulisan Artikel Ilmiah, Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Bumi Aksara, 2025.
- Zahroh, Nur Intifada, Lusy Amelia Nasution, Aulia Dzulfa Tazqia, Haura Adzra Intan Faiha, And Delvina Nurhayati. "Strategi Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Teknik, Tantangan Dan Solusinya." *Tarbiyatul Ilmu: Jurnal Kajian Pendidikan* 3, No. 6 (2025)

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 8 : Pedoman Wawancara Penelitian

DRAFT WAWANCARA

Nama : Depriando

Nim : 19681006

Jenlis penelitian : Kualitatif

**Alamat Penelitian : Dr, A.K. Gani No. 01, Curup (Rejang Lebong), Dusun
Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang
Lebong, Provinsi Bengkulu.**

Lokasi Penelitian : IAIN Curup

Pedoman wawancara Skripsi dengan judul “Etika Konsumsi dan perilaku konsumsi pada fenomena flash sale (studi kasus mahasiswa IAIN Curup) Penelitian ini dilatar belakangi dengan Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pasar ekonomi global, salah satunya melalui kehadiran platform e-commerce). Sebagai strategi pemasaran digital, platform e-commerce kerap menghadirkan fitur flash sale sebuah sistem penjualan dengan menawarkan potongan harga yang besar namun dalam batas waktu yang sangat terbatas. Fitur ini sengaja dirancang untuk menciptakan ketertarikan mahasiswa mengikuti flash sale

Di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa IAIN Curup, dengan adanya aplikasi belanja online telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Kemudahan akses teknologi, promosi yang agresif, serta harga miring pada momen flash sale sering kali memicu perubahan perilaku konsumsi. Perilaku ini kerap mengarah pada tindakan impulsif (impulse buying), konsumtif, hingga perilaku membeli barang yang sebenarnya tidak didasarkan pada asas kebutuhan, melainkan sekadar pemenuhan keinginan atau kepuasan emosional sesaat.

Pertanyaan :

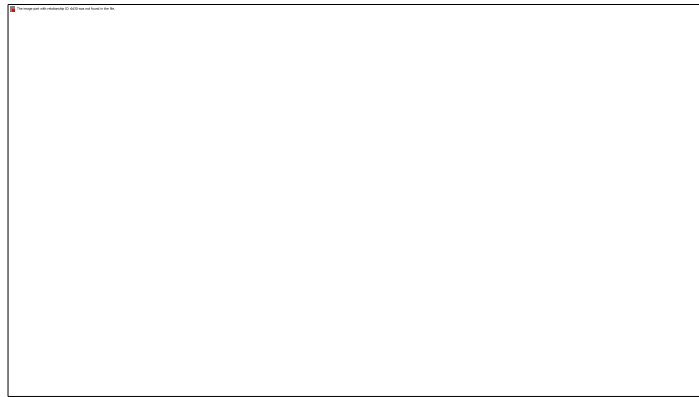
1. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti flash sale ?
2. Apa alasan utama anda mengikut flash sale ?
3. Apa saja jenis barang yang biasanya anda beli saat flash sale ?
4. Bagaimana prasaan anda saat melihat diskon besar-besaran ?
5. Apakah anda melakukan perencanaan sebelum mengikuti flash sale ?
6. Bagaimana prasaan anda saat melihat sisah waktu flash sale yang tinggal sedikit ?
7. Apakah anda pernah membeli barang karena takut kehabisa stok ?
8. Apakah anda mementingkan harga murah dari pada kualitas ?
9. Apakah anda pernah membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan ?
10. Apakah anda pernah menyesal saat membeli barang pada saat flash sale ?
11. Apakah flash sale membuat anda lebih hemat atau boros ?
12. Apakah pengeluaran anda menjadi tidak terkendali ?
13. Bagaimana cara anda mengontrol diri agar tidak impulsif ?
14. Apakah flash sale mempengaruhi gaya hidup anda ?

15. Apa yang anda ketahui tentang konsep israf ?
16. Apa yang anda ketahui tentang konsep Al-itidal ?
17. Apakah membeli barang yang tidak dibutuhkan termasuk israf ?
18. Apakah anda teringat prinsip konsumsi islam saat *flash sale*
19. Bagaimana anda menyeimbangkan antara keinginan dengan prinsip Islam ?
20. Apakah perilaku anda sudah mencerminkan al-itidal ?
21. Kapan flash sale membawa manfaat dan kerugian ?
22. Bagaimana Seharusnya Mahasiswa bersikap terhadap *flash sale* ?
23. Apa saran anda agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif ?

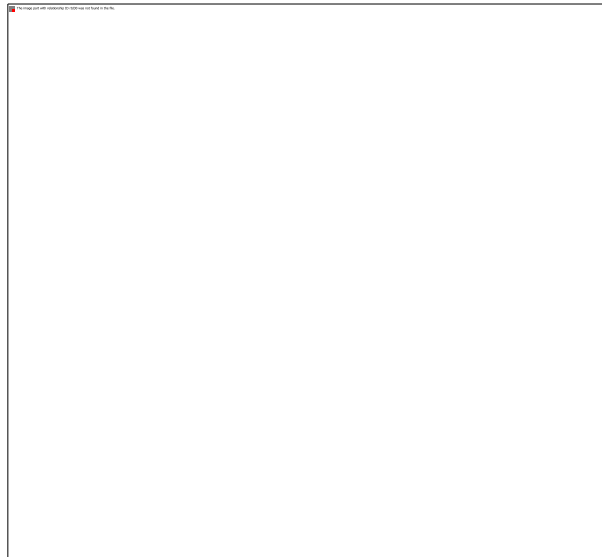
No	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan
1	Bagaimana Bentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa/I yang muncul akibat dorongan harga murah dalam <i>flash sale</i>	Ketertarikan terhadap <i>flash sale</i>	Apa yang membuat anda tertarik mengikuti <i>flash sale</i>
2		Alasan Konsumsi	Apa alasan utama anda mengikuti <i>flash sale</i>
3		Jenis barang yang di beli	Apa saja jenis barang yang biasanya anda beli saat <i>flash sale</i> ?
4		Respon Emosional	Bagaimana perasaan anda saat melihat diskon besar-besaran ?
5		Perencanaan pembelian	Apakah anda melakukan perencanaan sebelum mengikuti <i>flash sale</i> ?
6		Tekanan waktu	Bagaimana perasaan anda saat melihat sisa waktu <i>flash sale</i> yang tinggal sedikit ?
7		<i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i>	Apakah anda pernah membeli barang karena takut kehabisa stok ?
8		Prioritas harga dan kualitas	Apakah anda mementingkan harga murah dari pada kualitas ?
9		Perilaku Konsumtif	Apakah anda pernah membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan ?
10		Penyesalan konsumsi	Apakah anda pernah menyesal saat membeli barang pada saat <i>flash sale</i> ?
11		Dampak Konsumsi	Apakah <i>flash sale</i> membuat anda lebih hemat atau boros ?
12		Kontrol Pengeluaran	Apakah pengeluaran anda menjadi tidak terkendali ?
13		Pengendalian diri	Bagaimana cara anda mengontrol diri agar tidak <i>impulsif</i> ?
14		Pengaruh gaya hidup	Apakah <i>flash sale</i> mempengaruhi gaya hidup

			anda ?
15	Bagaiman Mahasiswa ES & PS Memahami Etika konsumsi islam	Pemahaman <i>Israf</i>	Apa yang anda ketahui tentang konsep <i>israf</i> ?
16		Pemahaman <i>Al-itidal</i>	Apa yang anda ketahui tentang konsep <i>Al-itidal</i> ?
17		Kesadaran Konsumsi	Apakah membeli barang yang tidak dibutuhkan termasuk <i>israf</i> ?
18		Kesadaran Saat konsumsi	Apakah anda teringat prinsip konsumsi islam saat <i>flash sale</i>
19		Upaya Keseimbangan	Bagaimana anda menyeimbangkan antara keinginan dengan prinsip islam ?
20		Implementasi <i>Al-itidal</i>	Apakah perilaku anda sudah mencerminkan <i>al-itidal</i> ?
21	Bagaimana analisis Etika konsumsi islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa	Maslahat & mudharat	Kapan <i>flash sale</i> membawa manfaat dan kerugian ?
22		Sikap Ideal Mahasiswa	Bagaimana Seharusnya Mahasiswa bersikap terhadap <i>flash sale</i>
23		Saran	Apa saran anda agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif ?

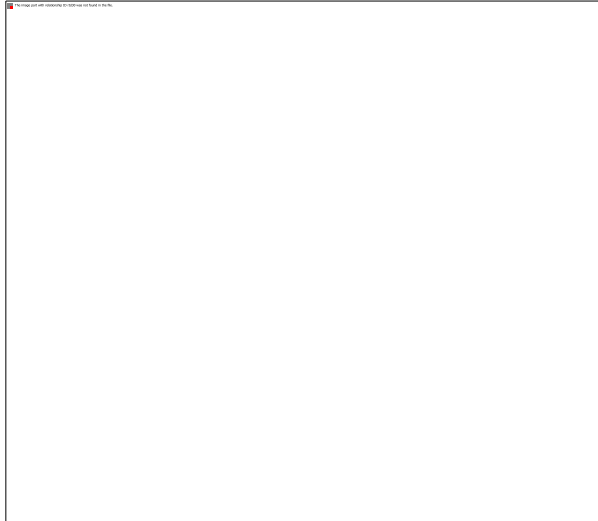
Lampiran 9 : Dokumentasi



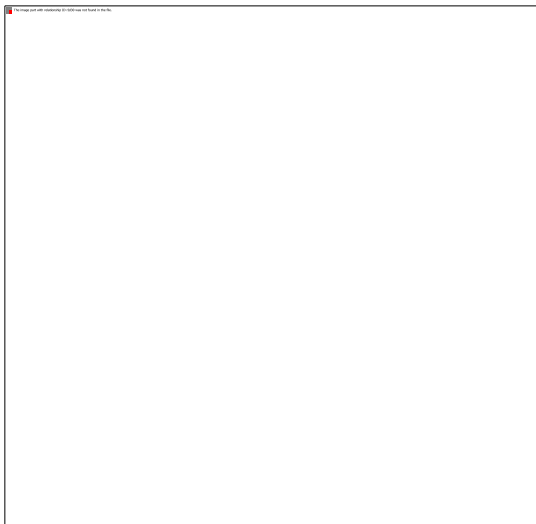
Wawancara kepada saudari Revaliza Dwi Angraini (9 April 2026 Pukul 09:29)



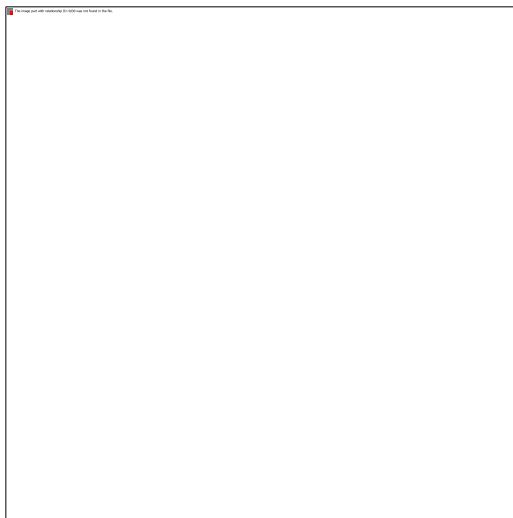
Wawancara kepada saudari Rahma Dwi Alvionita (9 April 2026 10:24)



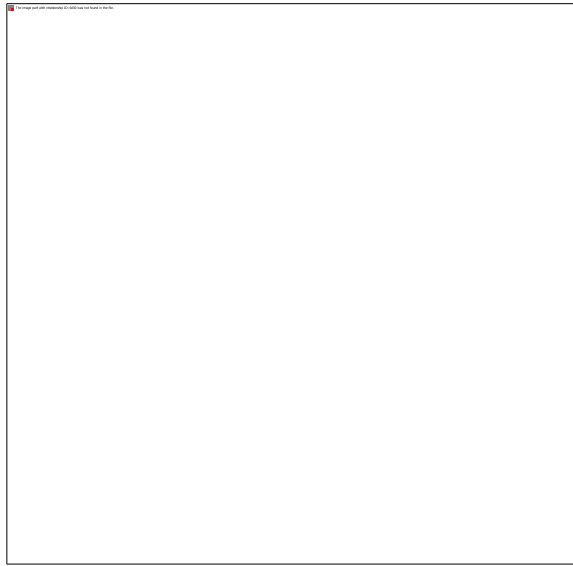
Wawancara kepada Dewi Resmiati (1 April 2026, Pukul 11 : 30)



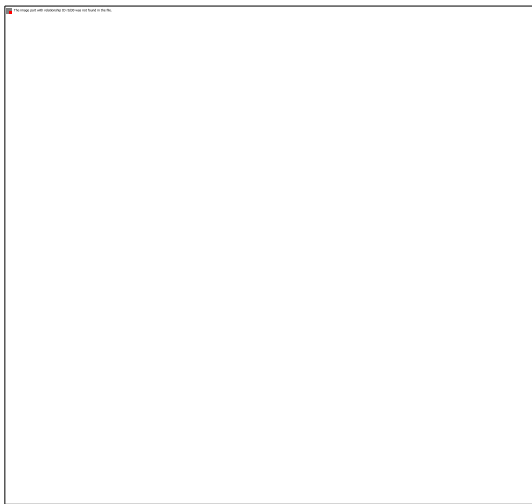
Wawancara kepada Muammar Lutfhi (1 April 2026, Pukul 13:24)



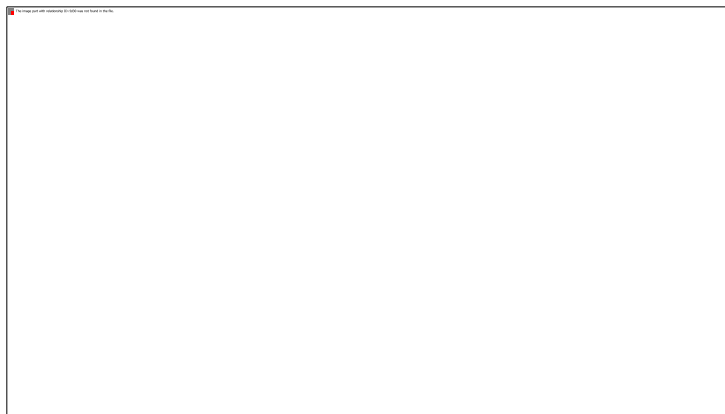
Wawancara kepada saudara Erdo Febri Jeksen (1 April 2026, Pukul 12:20)



Wawancara kepada saudari Airin Clarisa (9 April 2026, Pukul 09:34)



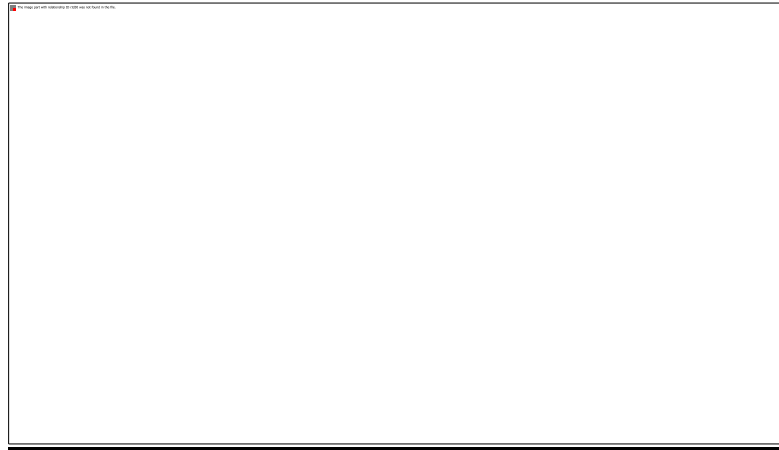
Wawancara kepada saudari Dera Agustin (1 April 2026, Pukul 11:23)



Wawancara kepada saudari Nikita Natalia Putri Jaya (1 April 2026, Pukul 13:15)



Wawancara kepada saudari Yunita Fitria (9 April 2026, Pukul 10:29)



Wawancara kepada saudari Anisa Triyani