

**ANALISIS PERILAKU *IMPULSE BUYING* MELALUI
E-COMMERCE SHOPEE DALAM *MODEST FASHION*
DITINJAU DARI ETIKA KONSUMSI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memproleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH :

BERLIAN DWI RIZKITE

NIM. 21681008

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

2025

Hal : Pengajuan, Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Di-
Curup

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.


Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Berlian Dwi Rizkita Mahasiswa IAIN yang berjudul: **Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-commerce Shopee* Dalam *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam**, sudah dapat diajukan dalam sidang Skripsi Institut Agama Islam Negri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmautullahi Wabarakatuh.

Curup, 27 Mei 2025

Pembimbing I



Khairul Umam Khudhori, M.E.I
NIP. 19900725 201801 1 001

Pembimbing II,



Harianto Wijaya, M., M.E.
NIP. 19900720 202321 1 024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Berlian Dwi Rizkite
NIM : 21681008
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-commerce* Shopee Dalam *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan seperlunya.

Curup, 27 Mei 2025

Berlian Dwi Rizkite
NIM. 21681008

SPUNSI BILAU KONDISI
1000
METERA TEMPEL
E6DALX297206054



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultassyariah&ekonomislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : *453* /In.34/FS/PP.00.9/2025

Nama : **Berlian Dwi Rizkite**
NIM : **21681008**
Fakultas : **Syari'ah dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Ekonomi Syari'ah**
Judul : **Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-Commerce* Shopee
Dalam *Modest Fashion* Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam**

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

Hari/Tanggal : **Selasa, 24 Juni 2025**
Pukul : **13.30-15.00WIB**
Tempat : **Ruang 2 Gedung Fakultas syariah dan Ekonomi Islam IAIN
Curup**

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

TIM PENGUJI

Ketua,

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

Sekretaris,

Habiburrahman, S.H., M.H
NIP. 19850329 201903 1 005

Penguji I,

Mega Ilhamiwati, M.A., AWPS
NIP. 19861024 201903 2 007

Penguji II,

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

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam



Dr. Ngadri, M.Ag
NIP. 19690206 199503 1 001

SISTEM TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

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. Konson Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	tsa'	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Tha'	Th	Tet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	'En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karamah al-Aulia'</i>
----------------	---------	--------------------------

3. Bila ta' Marbutah hidup atau harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakat al-Fitr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

.....	Fathah	ditulis	A
.....	Kasrah	ditulis	I
.....	Dhammah	ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fattahah + Alif جاهلية	ditulis	A
		ditulis	<i>Jahiliyah</i>
2.	Fathah + Ya' mati تنسا	ditulis	A
		ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + Ya' mati كريم	ditulis	L
		ditulis	<i>Karim</i>
4.	Dhammah + Wawu mati	ditulis	U

	فرو	ditulis	<i>Furu</i>
--	-----	---------	-------------

F. Vokal Rangkap

1.	Fattahah + Ya' mati بيننا كوم	ditulis ditulis	ai <i>Bainakum</i>
2.	Fattahha + Wawu mati	ditulis ditulis	au <i>qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القناس	ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutihnya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

دوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Berlian Dwi Rizkita (21681008) : **Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-commerce* Shopee Dalam *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam.**

Perkembangan tren *Modest Fashion* di kalangan Muslimah, khususnya mahasiswi, semakin pesat seiring kemudahan berbelanja melalui *platform E-commerce* seperti Shopee. Fitur-fitur promosi yang ditawarkan mendorong perilaku ***Impulse Buying***, yaitu pembelian spontan tanpa perencanaan. Dalam perspektif Islam, konsumsi harus berlandaskan pada **Etika Konsumsi Islam** yang menekankan Konsumsi halal, kebutuhan bukan keinginan, kesederhanaan serta menjauhi pemborosan (*tabzir*) dan berlebih-lebihan (*israf*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *E-Commerce* mendorong perilaku *impulse buying* dalam tren *Modest Fashion* dan bagaimana implementasi etika konsumsi Islam di kalangan mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Curup. Penelitian ini metode yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik wawancara tidak terstruktur. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, sumber data sekunder, adapun teknik pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian ini yaitu Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 mahasiswi aktif angkatan 2021-2024 yang mengikuti tren *Modest Fashion* pada produk Baju dan berbelanja melalui *E-Commerce* Shopee.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para informan sering membeli produk *Modest Fashion* secara mendadak atau impulsif (perilaku *Impulse Buying*), tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya dan tanpa perencanaan sebelumnya. Perilaku belanja ini banyak dipengaruhi oleh promosi menarik di *E-Commerce* Shopee, rekomendasi dari media sosial, pengaruh teman dan lingkungan sekitar, serta desain produk yang menarik perhatian. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pemahaman mahasiswi tentang Etika Konsumsi Islam masih sebatas teori, seperti pemahaman prinsip kesederhanaan dan konsumsi halal dan belum sepenuhnya diterapkan saat berbelanja. Beberapa informan memang sudah memahami pentingnya hidup sederhana dan membeli barang yang halal sesuai ajaran Islam, tetapi ada juga yang masih belum benar-benar tahu apa itu Etika Konsumsi Islam.

Kata Kunci: *Impulse Buying*, *E-Commerce*, *Modest Fashion*, Etika Konsumsi Islam.

ABSTRACT

Berlian Dwi Rizkite (21681008) : **Analysis of Impulse Buying Behavior Through E-commerce Shopee in Modest Fashion Reviewed from Islamic Consumption Ethics.**

The development of the modest fashion trend among Muslim women, particularly female university students, has grown rapidly alongside the ease of shopping through E-commerce platforms such as Shopee. Promotional features offered by these platforms encourage impulse buying, which refers to spontaneous purchases made without prior planning. From an Islamic perspective, consumption must be guided by Islamic Consumption Ethics, which emphasizes halal consumption, prioritizing needs over wants, simplicity, and avoiding wastefulness (*tabdzir*) and excessiveness (*israf*).

This study aims to examine how E-commerce encourages impulse buying behavior in the context of the modest fashion trend and to explore the implementation of Islamic consumption ethics among students of the Sharia Economics Study Program at IAIN Curup. This research employs a qualitative descriptive approach, using unstructured interviews as the primary data collection technique. The data sources include primary and secondary data, obtained through observation, interviews, and documentation. A total of 15 active students from the 2021-2024 academic years, who follow the modest fashion trend specifically in clothing and shop through Shopee, were selected as informants.

The results of this study show that the informants often purchase Modest Fashion products impulsively (Impulse Buying behavior), without considering their actual needs and without prior planning. This shopping behavior is largely influenced by attractive promotions on the Shopee e-commerce platform, recommendations from social media, social environment or peer influence, and appealing product designs. In addition, the study found that the students' understanding of Islamic Consumption Ethics is still mostly theoretical, such as understanding the principles of simplicity and halal consumption, but it has not been fully implemented in their shopping practices. Some informants do understand the importance of living simply and buying halal products in accordance with Islamic teachings, but there are still some who do not really know what Islamic Consumption Ethics means.

Keywords: Impulse Buying, E-Commerce, Modest Fashion, Islamic Consumption Ethics.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul “**Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-commerce* Shopee Dalam *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam.**”, yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah.

Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta seluruh pengikutnya. Selesaiannya penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Orang tuaku tercinta Ayah Hasan Sadili dan Ibu Fadlun Kurnia berserta kakak kandungku Reno Siade yang memberikan dukungan, semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Dr. Ngadri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Fitmawati, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Soleha, S.E.I., M.E selaku penasehat akademik yang selalu bersedia memberikan nasehat serta arahnya khususnya dalam proses akademik.

6. Khairul Umam Khudhori, M.E.I dan Harianto Wijaya, M.E. selaku Dosen pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terimakasih atas dukungan, doa waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh karyawan yang telah mengarahkan dan memberi kemudahan, arahan kepada peneliti dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan karyawan IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada peneliti selama berada di bangku kuliah.
9. Terimakasih kepada mahasiswa Ekonomi syariah yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semua pihak dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan rendah hati peneliti mohon bimbingan untuk kemajuan dimasa mendatang. Peneliti juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa pada umumnya dan bagi peneliti khususnya. Akhirnya

hanya kepada Allah SWT, peneliti senantiasa memohon ridho-Nya atas penyusunan dan penulisan skripsi ini, Aamiin.

Curup, Mei 2025

Peneliti

Berlian Dwi Rizkite
NIM: 21681008

MOTTO

**“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan. Sesungguhnya
Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan”**

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

**“Nasib Tidak Bisa Diduga, Takdir Tidak Bisa Dirubah, Tapi Doa Dan Usaha
Bisa Merubah Segalanya, Nothing Is Impossible When Allah said, Kun
Fayakun”**

(Ust. Hanan Attaki)

*"god have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it
takes a lot of faith, but it's a worth the wait"*

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi maha penyayang serta shalawat beserta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW, ku persembahkan karya ini dengan penuh Rahmat-Nya serta penuh rasa syukur kepada orang-orang terkasih yang selalu ada dan mendukungku dalam keadaan apapun.

1. Kepada kedua orang tuaku terhebat Ayah Hasan Sadili dan Ibu Fadlun Kurnia yang selalu memberikan do'a serta semangat dalam setiap langkahku, yang selalu memberikan motivasi agar terus melangkah maju menuju setiap keinginanmu, serta mencurahkan, segala keringat dan kerja keras demi kelangsungan proses belajarku dan tidak lupa sebuah nasehat yang selalu diselipkan kepadaku agar tegar dan pantang menyerah dalam melangkah menuju proses yang lebih baik. Terimakasih tidak terhingga kepada kalian berdua semoga Allah meringankan langkah ini untuk mengangkat derajat kalian berdua ke posisi yang lebih baik. Semoga Allah SWT selalu memberi keberkahan untuk segala kebaikanmu.
2. Untuk kakakku tercinta Reno Siade, kakak yang selalu saya banggakan terimakasih atas do'a dan semangatnya sehingga adikmu ini bisa pada tahap yang sekarang, semoga kita selalu diberi kemudahan dan keridhoan dalam mengangkat derajat kedua orang tua kita.
3. Kepada keluarga besar ku tercinta, keluarga besar Kakek H. Musa dan Nenek Hj. Nafsiah dan keluarga besar Kakek H. Rizani dan Nenek bia Hj. Romiah terimakasih atas semua do'a dan selalu menyemangati penulis untuk terus maju meraih apa yang menjadi impian cucu kesayangan mu ini.
4. Untuk Nelvin Brillian, terima kasih atas doa dan dukungan dalam membuat skripsi ini, Terima kasih untuk semuanya dan menemani di setiap proses, dan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya skripsi ini.
5. Kepada sahabat saya Intan Dia Permata dan Natasya Aulia Putri, terimakasih yang selalu mendoakan dan memberikan support selama perkuliahan
6. Untuk teman baikku Elmiza Fatriazi, Chitra Kartika Putri, Nindi Arimbi, dan Salsabila kharunnisa, yang sudah sama-sama berjuang dan saling memberi support selama perkuliahan, saya ucapkan terimakasih atas doa dan support kalian semua.
7. Terakhir untuk Berlian Dwi Rizkite, last but no last, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karna telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terima kasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa di bilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan. Sesungguhnya kesempurnaan adalah milik Allah dan kekurangan adalah milik (manusia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	v
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
MOTTO	xiii
PERSEMBAHAN	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Kajian Terdahulu	13
G. Definisi Operasional	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Impulse Buying	21
B. E-Commerce	24
C. Modest Fashion	27
D. Etika Konsumsi Islam	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	36

	B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
	C. Subjek Penelitian	37
	D. Jenis Data dan Sumber Data.....	37
	E. Instrumen/ Teknik Pengumpulan Data.....	38
	F. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data	39
BAB IV	TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Objektif Wilayah/Sasaran Penelitian	42
	B. Temuan Hasil Penelitian	47
	C. Pembahasan	64
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan	76
	B. Saran	77
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pasar <i>Modest Fashion</i>	2
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Awal Mahasiswi Angkatan 2021-2024 yang Mengikuti tren <i>Modest Fashion</i>	6
Tabel 1.3 Hasil Wawancara Awal Mahasiswi yang mengikuti Modest Fashion Angkatan 2021-2024 yang menggunakan E-Commerce	6
Tabel 1.4 Mahasiswi yang mengikuti <i>Modest Fashion</i> dalam kategori pembelian baju yang menggunakan <i>E-Commerce</i> Shopee.....	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kunjungan E-Commerce Indonesia Tahun 2025.....	5
---	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Modest fashion dikalangan Muslimah di Indonesia pertumbuhan tidak hanya menjadikan hijab dan pakaian *modest fashion* sebagai kewajiban syariat, tetapi juga mengubahnya menjadi bagian dari gaya hidup. Seorang muslimah sebaiknya mengenakan pakaian yang umum di lingkungan mereka, menghindari pakaian yang mencolok, agar tidak menarik perhatian yang tidak diinginkan.¹

Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang dan memiliki industri halal terbaik di dunia. Hal ini dilihat dari mayoritas penduduk Indonesia sekitar 87,2% beragama Islam.² Pemerintah untuk menggunakan produk halal khususnya pada *modest fashion* untuk menghindari hal-hal yang dilarang tertulis dalam al-Qur'an dan hadits, sehingga meningkatkan kesadaran konsumen muslim terhadap kewajiban mereka, yang menciptakan permintaan yang besar terhadap produk halal khususnya di *modest fashion*.³ Dengan demikian, optimalisasi pengembangan industri halal khususnya di *modest fashion* dapat meningkatkan konsumsi masyarakat di Indonesia.

¹ Syahridawaty, "Fenomena Fashion Hijab dan Niqab Perspektif Tafsir Maqāsidi," *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 22, no. 2 (2020): 135-136.

² Huda dkk, "Model Strategis Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia: Penelitian Pendahuluan," *Jurnal Penelitian Halal Indonesia* 4, no. 2 (2022): 53-64.

³ Hamid dkk, "Potensi dan Prospek Pasar Halal di Industri Global: Analisis Empiris Indonesia dan Inggris," *Studi Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2021): 26-27.

Industri *modest fashion* di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 2010 dan terus mengalami peningkatan. Pertumbuhan ini didorong oleh besarnya peluang di pasar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat muslim terhadap gaya hidup halal, permintaan terhadap busana *modest fashion* juga semakin tinggi.⁴

Industri *modest fashion* di Indonesia memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, mencapai 28,6%. Selain itu, nilai eksportnya yang mencapai USD 7,18% miliar turut menambah nilai ekonomi dan meningkatkan pendapatan negara.⁵ Pertumbuhan Pasar *modest fashion* berdasarkan laporan State of the Global Islamic Economy Report (SGIE) 2022-2024 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Pasar *Modest Fashion*

Negara	Pertumbuhan Pasar Tahun 2022 (%)	Pertumbuhan Pasar Tahun 2023 (%)	Pertumbuhan Pasar Tahun 2024 (%)
Indonesia	10.8	11.7	12.5
Malaysia	9.5	9.9	10.2
Uni Emirat Arab	10.0	10.5	11.0
Turki	9.0	9.5	9.8
Arab Saudi	9.8	10.1	10.5
Inggris	7.5	7.8	8.0

Sumber: State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2022-2024

⁴ Viviyanti Yuniastuti. Andrey Achmad Pratama, "Portraits and Challenges of Indonesia's Modest Fashion Industry on the Halal Industry Competition in the World," *Indonesian Journal of Halal Research* 5, no. 1 (2023): 23.

⁵ Bohn dkk, "Dari ekspor ke nilai tambah hingga pendapatan: Akuntansi untuk transfer pendapatan bilateral," *Jurnal Ekonomi Internasional* 4, no. 2 (2021): 131.

Pertumbuhan pasar modest fashion pada tabel 1.1 menunjukkan tren positif di semua negara dari 2022 hingga 2024. Indonesia memimpin dengan pertumbuhan tertinggi, dari 10,8% menjadi 12,5%, menandakan potensi pasar yang besar. Uni Emirat Arab dan Arab Saudi juga tumbuh signifikan di atas 10%. Malaysia dan Turki stabil di kisaran 9-10%, sedangkan Inggris tumbuh lebih lambat sekitar 8%. Data ini mengindikasikan meningkatnya permintaan dan perkembangan industri modest fashion secara global.⁶

Mahasiswi sangat memperhatikan penampilan dan *fashion* mereka dari ujung kepala sampai ujung kaki. Mereka bebas dalam memilih pakaian, tidak lagi terikat pada aturan seragam selama perkuliahan, tetapi tetap memenuhi standar kesopanan dan kerapian. Kebebasan yang dimiliki mereka ini mendorong mahasiswi untuk mengikuti tren *fashion* yang sedang populer pada saat ini. *Modest fashion* menjadi populer dari perkembangan tren ini. Masyarakat lebih berminat untuk membeli produk fashion agar mendukung gaya hidup mereka. Berbagai macam produk *fashion* yang tersedia untuk berbagai kebutuhan agar menarik perhatian banyak kalangan. Produk-produk tersebut memiliki berbagai macam jenis pakaian seperti baju atasan, celana, rok, hijab, kacamata, ikat pinggang, sepatu, dan berbagai macam lainnya. Selain itu, banyak sekali orang beranggapan bahwa jam tangan dan ponsel sebagai bagian dari produk *fashion*.⁷

⁶ Salaam Gateway, "SGIE Report 2023/24: Modest Fashion Stands Tall amid Mainstream Brands," Salaam Gateway - Global Islamic Economy Gateway, diakses 28 Juni 2025, <https://salaamgateway.com/story/sgie-report-202324-modest-fashion-stands-tall-amid-mainstream-brands>.

⁷ Rara Adiba dkk., "Analisis Perilaku Konsumtif Produk Fashion pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan Online Shop," *Jurnal Potensial* 2, no. 2 (November 2023): 185.

Menurut Annabel Jhon dalam penelitian yang dilakukan oleh Defia Ifsantin Maula, pendiri merek *modest* berskala global, mengungkapkan dalam wawancara dengan Forbes bahwa wanita Muslim menghabiskan sekitar \$48 miliar setiap tahun untuk pakaian modest. Selain itu, laporan State of the Global Islamic Economy 2020/2021 menunjukkan bahwa nilai *industry mode modest* mencapai \$277 miliar dan diprediksi akan meningkat menjadi \$311 miliar pada tahun 2024.⁸ Pasar terbesar untuk mode modest termasuk Iran, Turki, dan Arab Saudi, dengan pertumbuhan yang kuat diharapkan di negara-negara seperti Indonesia. Pada tahun 2018, *industry mode modest* di Indonesia memiliki nilai sekitar \$12,4 miliar, dan para pemangku kepentingan berusaha meningkatkan angka tersebut melalui peningkatan produksi dan fokus pada ekspor.⁹

Berdasarkan data dari The State Global Islamic Economic 2018, Indonesia menempati peringkat kedua setelah Uni Emirat Arab dalam hal pertumbuhan industri *fashion muslim*. Pada September 2019, ekspor pakaian muslim Indonesia tercatat mencapai USD 9,2 miliar, yang menyumbang sekitar 9,8% dari total ekspor sektor manufaktur. Di pasar domestik, pengeluaran untuk fashion Muslimah mencapai USD 20 miliar dengan tingkat pertumbuhan rata-rata sebesar 18,2%. Hal ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk mengembangkan industri fashion muslim, khususnya *modest fashion*. Fakta ini

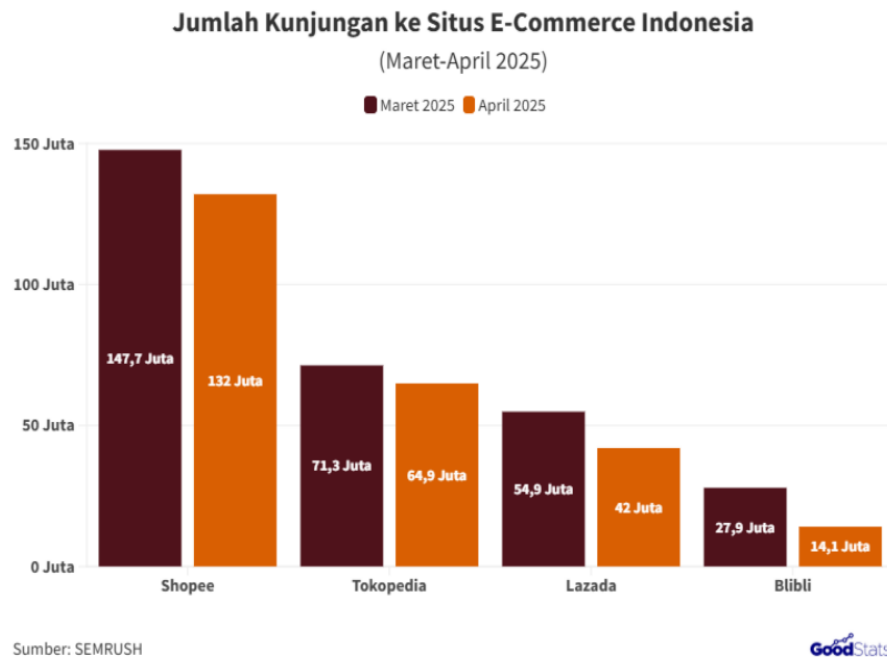
⁸ Defia Ifsantin Maula, "Perumusan Model Bisnis Sosial; Modest Fashion Enterprise," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 11, no. 2 (31 Desember 2021): 131-142.

⁹ Farahdiba Arianti dan Triana Rahajeng Hadiprawoto, "Investigating Social Media Influencers' Credibility and Religiosity, and The Moderating Role of Hedonic Value on Purchase Intention of Modest Fashion Brands," *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* 10, NO.1 (2024):169.

mendorong produsen dan pemasar modest fashion untuk menggali berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk mereka.¹⁰

Berdasarkan data kunjungan *E-commerce* di Indonesia sepanjang tahun 2025, platform yang paling banyak dikunjungi adalah shopee, berikut penjelasannya:¹¹

Gambar 1.1
Kunjungan E-commerce Indonesia Tahun 2025



Berdasarkan data tersebut, menurut SEMRUSH pada tahun 2025, *E-Commerce* Shopee masih memimpin pasar *E-commerce* di Indonesia dengan total pengunjung mencapai 132 juta pada April tahun 2025, sementara

¹⁰ Fitri Kumalasari, “Pengaruh Ritualistic Dan Consequential Terhadap Perilaku Konsumen Pada Modest Fashion,” *CEMERLANG :Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 4 (November 2023): 28.

¹¹ GoodStats, “Jumlah Kunjungan ke Situs E-Commerce Indonesia,” GoodStats, diakses 28 Juni 2025, <https://goodstats.id/article/jumlah-kunjungan-ke-situs-e-commerce-indonesia-Xza8b>.

Tokopedia mengikuti dengan 64,9 juta pengunjung. Lazada mengikuti dengan 42 juta pengunjung dan Blibli dengan 14,1 juta pengunjung.

Tabel 1.2
Hasil Wawancara Awal Mahasiswi Angkatan 2021-2024 yang mengikuti Modest Fashion

Angkatan	Jumlah Mahasiswi	Mahasiswi yang mengikuti Tren <i>Modest Fashion</i>
2021	33	12
2022	42	15
2023	49	18
2024	34	16
Total	158	61

Sumber: Hasil wawancara mahasiswi Angkatan 2021-2024 Prodi Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil wawancara table 1.2 diatas menunjukkan bahwa mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2021-2024 yang mengikuti *modest fashion* berjumlah 61 mahasiswi, dari 61 mahasiswi tersebut semuanya menggunakan berbagai macam *E-commerce*.

Tabel 1.3
Hasil Wawancara Awal Mahasiswi yang mengikuti Modest Fashion Angkatan 2021-2024 yang menggunakan E- Commerce

No.	<i>E- Commerce</i>	Jumlah Mahasiswi
1.	Shopee	24 orang
2.	Tokopedia	14 orang
3.	Lazada	12 orang
4.	Blibli	11 orang
Jumlah		61 orang

Sumber: Hasil wawancara mahasiswi Angkatan 2021-2024 Prodi Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil hasil wawancara table 1.3 diatas menunjukkan, bahwa mayoritas mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup

memanfaatkan berbagai platform E-Commerce untuk berbelanja, khususnya dalam mengikuti *Modest Fashion*. Dari total 61 responden, E-Commerce Shopee menjadi platform yang paling banyak digunakan, yaitu sebanyak 24 orang, disusul oleh Tokopedia 14 orang, Lazada 12 orang, dan Blibli 11 orang. Alasan mahasiswi lebih banyak menggunakan E-Commerce Shopee dikarenakan banyak sekali fitur-fitur yang ditawarkan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik berbelanja di *E-commerce* Shopee, seperti mengadakan promo yaitu flas sale, flash vocer dan promo lainnya.¹²

Hasil observasi awal dan wawancara menunjukkan bahwa dari total 158 mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2021–2024, terdapat 61 mahasiswi yang aktif mengikuti *Modest Fashion* dan rutin berbelanja melalui platform E-Commerce. Observasi juga menemukan bahwa kebiasaan belanja ini dilakukan hampir setiap bulan bahkan mingguan, dengan dominasi pembelian produk *fashion* seperti baju, hijab, dan aksesoris untuk digunakan pada saat ke kampus agar terlihat *fashionable* dan *trendy*. Temuan ini memperkuat bahwa perilaku konsumsi mahasiswi cenderung bergeser dari kebutuhan primer ke konsumsi sekunder bahkan tersier, sehingga penting untuk dianalisis bagaimana praktik ini ditinjau dari perspektif Etika Konsumsi Islam.

¹² Venika Salsabila Ayu Pramardini, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee,” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 3, no. 3 (2024): 474.

Tabel 1.4 Mahasiswi yang mengikuti *Modest Fashion* dalam kategori pembelian baju yang menggunakan *E-Commerce* Shopee

No	Nama	NIM	Usia	Kelas
1.	Wahyu Vina	24681031	20 tahun	2C
2.	Dina Natalia	24681033	18 tahun	2C
3.	Siti Fatimah	23681067	20 tahun	4C
4.	Sabrina	23681066	19 tahun	4C
5.	Fitrianingsih	23681029	20 tahun	4B
6.	Popi Novita Sari	23681049	20 tahun	4B
7.	Euis Nuraisyah	23681026	19 tahun	4B
8.	Mita Kardela	23681041	19 tahun	4B
9.	Nabila	22681013	22 tahun	6A
10.	Reka Meilani	22681039	20 tahun	6B
11.	Fitrianti	22681035	20 tahun	6B
12.	Oktarina Dia Saputri	22681033	20 tahun	6B
13.	Elmiza Fatriazi	21681017	21 tahun	8A
14.	Chitra Kartika Putri	21681010	21 tahun	8A
15.	Sine Winanda	21681045	21 tahun	8B

Sumber Data Primer Diolah 2025

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden berdasarkan data pada table 1.4, data awal sebanyak 61 mahasiswi yang mengikuti *Modest Fashion* melalui *E-commerce* Shopee. Namun, setelah dilakukan wawancara secara khusus dengan berfokus pada *Modest Fashion* yang mengikuti tren baju saja dan khusus yang menggunakan *E-Commerce* Shoopee, ditemukan bahwa dari 61 mahasiswi tersebut, hanya 15 mahasiswi yang secara khusus mengikuti *modest fashion* dalam kategori pembelian baju saja dan yang menggunakan *E-Commerce* Shoopee. Oleh karena itu, peneliti menetapkan 15 mahasiswi tersebut sebagai informan dalam penelitian ini, sesuai dengan fokus penelitian yang mengkaji perilaku *Impulse Buying* pada produk baju *Modest Fashion* di *E-commerce* Shoopee.

Perkembangan *modest fashion* di kalangan mahasiswi, khususnya di Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup, menunjukkan adanya perubahan gaya hidup berbusana yang tidak hanya sekadar memenuhi tuntutan syariat, tetapi juga menjadi bagian dari identitas diri dan tren kekinian. Mahasiswi cenderung mengikuti tren ini melalui pembelian produk fashion seperti hijab, baju, tunik, gamis, dan aksesoris penunjang melalui platform *E-Commerce*, dengan Shopee sebagai platform yang paling banyak digunakan. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena di satu sisi menunjukkan tingginya minat konsumsi *modest fashion* secara daring, namun di sisi lain berpotensi memicu perilaku *impulse buying* yang bisa bertentangan dengan prinsip Etika Konsumsi Islam.

Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup berbelanja pakaian *modest fashion* tersebut tanpa memikirkan apa yang mereka beli itu apakah sesuai kebutuhan mereka dikarenakan banyak faktor yang mendorong mereka untuk tertarik langsung untuk belanja dikarenakan tidak sadar dan tidak direncanakan.

Konsumsi dalam Ekonomi Islam dibagi menjadi *daruriyat* (primer), *hajiyyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier). *Daruriyat* mencakup kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, dan papan, sementara *hajiyyat* memberikan kenyamanan, dan *tahsiniyat* menyempurnakan kualitas hidup. *Modest fashion* di kalangan mahasiswi menunjukkan pergeseran konsumsi dari *daruriyat* ke *hajiyyat* dan *tahsiniyat*, di mana pembelian pakaian tidak lagi sekadar kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup dan konsumtif berbelanja di *E-*

commerce. Hal ini dapat mendorong perilaku *impulse buying* yang bertentangan dengan etika konsumsi Islam, yang menekankan keseimbangan, kesederhanaan, dan menghindari pemborosan (*tabzir*) serta berlebihan (*israf*).¹³

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut mengenai tren *modest fashion* melalui *E-commerce* dalam mempengaruhi perilaku *impulse buying*, khususnya di kalangan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah. Melihat permasalahan tersebut, peneliti memutuskan untuk mengangkat topik ini dengan judul **“Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-commerce Shopee* Dalam *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam”**

B. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini dan mencegah penyebaran yang terlalu luas, peneliti membatasi ruang lingkup hanya pada mahasiswi aktif Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2024 yang mengikuti *modest fashion* khususnya tren pada baju *Modest Fashion* dengan berfokus pada mahasiswi yang menggunakan *E-commerce Shopee*.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *E-Commerce Shopee* mendorong perilaku *Impulse Buying* pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah dalam *Modest Fashion*?
2. Bagaimana Implementasi Etika Konsumsi Islam Di Kalangan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah?

¹³ Tanza Dona Pertiwi Sri Herianingrum, “Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 36.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui *E-Commerce* Shopee mendorong perilaku *Impulse Buying* pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah dalam *Modest Fashion*.
2. Mengetahui Implementasi Etika Konsumsi Islam Di Kalangan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah.

E. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen dalam belanja online, khususnya terkait perilaku *impulse buying* melalui *E-commerce* Shopee dalam *modest fashion* ditinjau dari Etika Konsumsi Islam, serta menjadi referensi untuk penelitian sejenis.

- b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai perilaku konsumen dalam berbelanja online dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta menyajikan informasi yang berguna untuk kemajuan berbagai bidang ilmu pengetahuan dan dominan terkait.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian *impulsive*, khususnya yang berkaitan dengan *Modest Fashion* dalam berbelanja di platform *E-commerce* Shopee ditinjau dari Etika Konsumsi Islam. Temuan ini dapat membantu masyarakat dan pelaku bisnis untuk lebih memahami dinamika di balik keputusan yang diambil oleh konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana bagi para peneliti, penelitian ini dapat memberikan wawasan ilmiah untuk mengatasi masalah terkait dengan Analisis Perilaku *Impulse Buying* melalui *E-commerce* Shopee dalam *Modest Fashion* ditinjau dari Etika Konsumsi Islam.

b. Bagi kampus

Penelitian referensi untuk meningkatkan kualitas Pendidikan dan metode pengajaran yang digunakan oleh dosen, serta sebagai dukungan bagi institusi Pendidikan dalam mendorong dosen untuk mengembangkan berbagai jenis media pembelajaran.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan program edukasi keuangan yang lebih efektif. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai

potensi risiko serta dampak dari Perilaku *Impulse Buying* melalui *E-commerce* Shopee dalam *modest fashion* ditinjau dari Etika Konsumsi Islam. Konsumen yang memiliki kesadaran lebih tinggi cenderung membuat keputusan pembelian yang lebih bijak dan terinformasi.

F. Review Kajian Terdahulu

1. **Alifah Salmah, Muhammad Erysyah Faraby, Jurnal, Analisis Perilaku *Impulse Buying* Pada Diskon Live Streaming Di *E-commerce* Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah, Vol. 6, No.2 (2024).**¹⁴

Penelitian ini mengkaji perilaku *impulse buying* pada diskon *live streaming* di Shopee dari perspektif bisnis Syariah, dengan fokus pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mendorong *impulse buying* pada *E-commerce* dan bagaimana prinsip-prinsip bisnis Syariah membimbing konsumsi yang bijaksana. Menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Ekonomi Syariah cenderung melakukan *impulse buying*, meski tetap memperhatikan prinsip-prinsip Syariah dalam keputusan pembelian mereka.

¹⁴ Alifa Salmah Muhammad Erysa Faraby, "Analisis Perilaku Impulse Buying Pada Diskon Live Streaming Di Ecommerce Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah," *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 6, no. 2 (2024).

2. Adinda Rizqy Kusuma Dewi, Ratna Pudyaningsih, Jurnal, Eva Mufidah, Pengaruh Trend Fashion Muslim Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan”.¹⁵

Masalah dalam penelitian ini dijelaskan bahwa penelitian ini menyoroti pengaruh tren *fashion* muslim terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Penelitian ini diteliti untuk mengetahui sejauh mana trend *fashion* muslim berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Selain dari pada itu, penelitian ini juga meneliti pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswi, khususnya terkait tren *fashion* muslim. Menggunakan metode kuantitatif, data diperoleh dari mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan dan kuesioner yang diisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan tren *fashion* muslim memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terkait *fashion* muslim dan media sosial di kalangan mahasiswi.

¹⁵Adinda Rizqy Kusuma Dewi dkk, “Pengaruh Trend Fashion Muslim Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Kosumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan,” *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2023).

3. **Raka Malik azid, Achmad Sani Supriyanto, Fani Firmansyah, Jurnal, Analisis Peran Emosi Positif Pada Perilaku *Impulse Buying* Generasi Z Banyuwangi, Vol.9,No.1 (2024).**¹⁶

Penelitian ini membahas pengaruh promosi Islami, keterlibatan *fashion*, dan motivasi belanja *hedonis* terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan Generasi Z di Banyuwangi, dengan emosi positif sebagai mediator. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara faktor-faktor tersebut dan dampaknya pada keputusan pembelian impulsif konsumen Generasi Z yang aktif di *E-commerce* Banyuwangi. Menggunakan metode kuantitatif dan penelitian eksplanatori, hasil penelitian menunjukkan bahwa emosi positif tidak memediasi hubungan antara keterlibatan *fashion* dan perilaku pembelian impulsif. Artinya, keterlibatan *fashion* berpengaruh langsung terhadap perilaku pembelian impulsif tanpa melibatkan emosi positif sebagai mediator.

4. **Nailiyah Fatma Ulya, NIM: (212031342), Skripsi, Analisis Online *Impulsive Buying* Pada *E-commerce* Shopee: *Flash Sale*, *Shopee Paylater*, *Gratis Ongkos Kirim* Dan *Online Review Customer*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta (2024).**¹⁷

¹⁶ Raka Malik Azid, Achmad Sani Supriyanto, dan Fani Firmansyah, "Analisis Peran Emosi Positif Pada Perilaku Impulse Buying Generasi Z Banyuwangi," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 9, no. 1 (2024).

¹⁷ Nailiyah Fatma Ulya, "Analisis Online Impulsive Buying Pada E-commerce Shopee: Flash Sale, Shopee Paylater, Gratis ongkos Ongkir Dan Online Review Customer," Skripsi, (Yogyakarta: STIE, 2024).

Masalah pada penelitian ini ialah untuk menganalisis hubungan antara variable flash sale, Shopee Paylater, gratis ongkir kirim, dan ulasan positif pelanggan online dengan perilaku online *impulsive buying* pada pengguna aplikasi Shopee. Penelitian ini tujuannya adalah untuk memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap perilaku belanja *impulsive* online di platform E-commerce Shopee. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada hubungan antara fitur-fitur dan promosi tertentu yang ditawarkan oleh Shopee dengan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian *impulsive* secara online. Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang digunakan dalam studi ini meliputi penggunaan purposive sampling sebagai metode pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 157 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable flash sale, Shopee paylater, gratis ongkos kirim, dan ulasan positif pelanggan online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku belanja *impulsive* online pada penggunaan aplikasi Shopee. Secara khusus, hasil uji statistik menunjukkan bahwa Shopee Paylater dan gratis ongkos kirim memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja *impulsive* online. Hal ini dilihat dari nilai t-hitung yang signifikan (4,258 untuk Shopee paylater dan 8,876 untuk gratis ongkos kirim) yang melebihi nilai t-tabel yang ditentukan.

5. **Shasabilla Fithratul'uyun, Nim: (20681052), Skripsi, Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan perilaku Impulse Buying Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah. Insitut agama Islam Negeri (IAIN) Curup (2024).¹⁸**

Penelitian ini membahas pengaruh fitur Shopee Paylater dan perilaku impulse buying terhadap sikap tabzir pada mahasiswa Ekonomi Syariah. Dengan kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh Shopee Paylater, mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif, yang berisiko menyebabkan sikap boros (tabzir). Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai sumber data utama, melibatkan 56 responden dari total populasi 184 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik fitur Shopee Paylater maupun perilaku impulse buying secara signifikan berpengaruh positif terhadap sikap tabzir. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data primer berupa kuesioner. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, melibatkan 56 mahasiswa dari total populasi 184 mahasiswa Ekonomi Syariah. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda serta uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur Shopee Paylater dan perilaku impulse buying berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap tabzir. Artinya, semakin sering mahasiswa menggunakan Shopee

¹⁸ Shasabilla Fithratul'uyun, "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan perilaku Impulse Buying Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa Ekonoi Syariah." Skripsi, (Curup: IAIN, 2024).

Paylater dan semakin tinggi perilaku impulse buying mereka, semakin besar kecenderungan untuk bersikap boros.

Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada objek dan subjek yang diteliti. Penelitian ini secara spesifik menyoroti Modest Fashion sebagai objek utama, dengan fokus pada perilaku impulse buying melalui platform E-Commerce Shopee. Subjek penelitian ini adalah mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup yang secara aktif terlibat dalam Modest Fashion dan menjadi pengguna E-Commerce Shopee.

Fenomena ini belum banyak diteliti secara empiris, khususnya di lingkungan mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Curup, yang memiliki karakteristik sebagai generasi muda muslimah dengan tingkat literasi digital tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam kajian perilaku konsumtif, khususnya yang berkaitan dengan Modest Fashion di era digital, serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan literasi Etika konsumsi Islam di kalangan mahasiswi.

G. Definisi Operasional

1. Analisis

Menurut Wirandi analisis merupakan aktivitas yang melibatkan beberapa kegiatan, seperti memahami, membedakan, memilah, mengelompokkan, dan menafsirkan. Proses ini melibatkan

pengelompokkan berdasarkan kriteria tertentu, kemudian mencari keterkaitan dan menafsirkan makna dari hasil analisis tersebut.¹⁹

2. *Impulse Buying*

Impulse Buying adalah proses pembelian secara spontan dan tanpa perencanaan sebelumnya, yang muncul dari keinginan tiba-tiba untuk membeli produk tertentu sebagai respons terhadap suatu insentif. Hal ini sering kali mencerminkan kecenderungan konsumen untuk membeli secara langsung.²⁰

3. *E-Commerce Shopee*

Masyarakat luas lebih mengenal *E-Commerce* atau *electronic commerce* sebagai perdagangan elektronik. *E-commerce* merupakan bisnis elektronik (*e-business*) yang semua jenis kegiatannya berhubungan dengan transaksi online melalui internet atau jaringan elektronik lainnya misalnya transaksi perdagangan atau penjualan, perbankan dan penyedia jasa.²¹ Jadi *E-commerce* merupakan kegiatan transaksi jual beli barang, servis atau transmisi dana atau data yang menggunakan elektronik yang terhubung dengan internet.

Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Diluncurkan tahun 2015, Shopee merupakan sebuah

¹⁹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Untuk Riset Ekonomi Dan Bisnis Edisi 4* (Yogyakarta: Erlangga, 2020): 172.

²⁰ Dzul Nur Fitriyah dan Hotman Tohir Pohan, "Pengaruh Penggunaan Gopaylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Jakarta," *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 1 (3 Februari 2023): 1028.

²¹ Vera Selvina Adoe dkk, *Buku Ajar E-Commerce*, 1 ed. (Jakarta: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022): 1.

platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat.²²

4. Modest Fashion

Modest Fashion merupakan tren *fashion* wanita yang mengenakan pakaian yang santun, sopan dan tidak procokatif. Khas utama dari pakaian *modest fashion* yaitu busana yang menutupi Sebagian besar bagian tubuh dengan potongan yang tidak menonjolkan siluet atau lekuk tubuh terutama bagi kaum perempuan.²³

5. Etika Konsumsi Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), etika berkaitan dengan prinsip tentang benar dan salah serta kewajiban moral (akhlak).²⁴ Etika konsumsi dalam Islam adalah konsumsi yang diatur oleh syariat Islam yang menekankan prinsip-prinsip seperti halal, thayyib (baik dan bersih), tidak berlebihan (tidak israf), dan mempertimbangkan masalah (kebaikan) dalam setiap tindakan konsumsi. Hal ini mencakup pilihan makanan dan minuman yang halal, serta menghindari pemborosan dan gaya hidup mewah yang berlebihan.²⁵

²² “Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia,” diakses 29 Juni 2025, <https://careers.shopee.co.id/about>.

²³ Taufiq dkk, *PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH*, 1 ed. (Medan: FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM-IAIN LHOKSEUMAWE Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APTI), 2022): 43.

²⁴ “Arti kata Etika,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses 18 Februari 2025, <https://kbbi.web.id/etika>.

²⁵ Baitul Hamdi, “Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah,” *slamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 3, no. 1 (2022): 9.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku *Impulse Buying*

a. Definisi Perilaku *Impulse Buying*

Menurut Piron dijelaskan oleh Parboteeah dalam buku C. Nagadeepa, dkk yang menjelaskan dalam penelitiannya melakukan analisis mendalam terhadap perilaku pembelian *impulse* konsumen dan hasil penelitiannya disajikan oleh peneliti dan memperkenalkan definisi pembelian *impulse* yang cukup luas. *Impulse Buying* adalah pembelian yang tidak direncanakan, yang merupakan hasil dari paparan stimulus, dan diputuskan saat itu juga. Setelah pembelian, pelanggan mengalami reaksi emosional dan kognitif.¹

Menurut Beatty dan Ferrel dalam jurnal Fatctur Rohman, *impulse buying* didefinisikan sebagai pembelian yang tiba-tiba dan segera tanpa ada minat pembelian sebelumnya, dikarenakan rangsangan lingkungan belanja mempengaruhi perilaku pembelian, keputusan pembelian yang dilakukan kadang-kadang tidak direncanakan, ini disebut sebagai pembelian impulsif.²

¹ C. Nagadeepa, dkk, *Impulse Buying: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*, 1 ed. (Tamil Nadu, India: 61, 66 T.P.K. Main Road, Vasantha Nagar, 2021):7.

² Fatchur Rohman, "Peran nilai hedonik konsumsi dan reaksi impulsif sebagai mediasi pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian impulsif di Butik Kota Malang," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 7, no. 2 (2020). 51-61.

Pembelian yang didorong oleh impulse memiliki satu atau lebih karakteristik *Impulse buying* yaitu :³

- 1) Spontanitas adalah pembelian tak terduga memotivasi konsumen untuk membeli sekarang, sebagai respons terhadap rangsangan visual langsung di tempat penjualan.
- 2) Kekuatan adalah Paksaan dan intensitas, dorongan untuk mengesampingkan segala sesuatu yang lain dan segera bertindak.
- 3) Kegairahan dan Stimulasi adalah dorongan tiba-tiba untuk membeli sering kali disertai dengan perasaan yang digambarkan sebagai sesuatu yang menggairahkan, menggairahkan, atau liar.
- 4) Ketidakpedulian akan akibat adalah tekanan untuk membeli membuat penolakan menjadi sangat sulit sehingga potensi dampak negatifnya diabaikan.

Pembelian *impulse* memiliki ciri-ciri khas yang membuat konsumen secara kognitif bersikap “bodo amat” dan secara emosional menggebu-gebu agar menyelesaikan transaksi. Produk yang dibeli secara spontan menstimulus kegairahan terhadap suatu hal.⁴

³ Friska Artaria Sitanggang Prayetno Agustinus Sitanggang, *Buku Ajar Perilaku Konsumen*, 1 ed. (JawaTengah: PT.Nasya Expanding Management, 2021): 9.

⁴ Mega Ilhamiwati dkk, “Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer, Relevansi Konten, dan Tingkat Keterlibatan Sosial terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Kampanye Influencer Marketing: Studi Kasus pada Industri Fashion di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* 2, no.1 (2024).

b. Indikator perilaku *Impulse Buying*

Menurut Suesono dalam jurnal Siti Fatimah Susi Tri Fabriana dan Ari Susanti, *Impulsive Buying* terdapat ada beberapa indikator yaitu :⁵

- 1) Pembelian tanpa direncanakan pada sebelumnya
- 2) Pembelian yang tanpa berpikir akibatnya
- 3) Pembelian dipengaruhi oleh keadaan yang emosional
- 4) Pembelian diakibatkan oleh penawaran yang menarik

c. Jenis-jenis *Impulse Buying*

Menurut Madhavaram dan Laverie dalam buku Anna Triwijayati ada empat jenis pembelian *impulse* yaitu:⁶

- 1) Pembelian *impulse* murni adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen membeli produk berdasarkan harga yang menarik atau khusus dan produk tertentu.
- 2) *Suggestion impulse buying*, adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen melihat produk, memikirkan bagaimana produk itu digunakan, dan langsung memutuskan untuk membelinya.

⁵ Siti Fatimah Susi Tri Fabriana dan Ari Susanti, “Pengaruh Sales Promotion, Positive Emotions Dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Melalui E-Commerce Pada Masyarakat Surakarta,” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 16, no. 2 (1 Juli 2023): 277–87.

⁶ Anna Triwijayati, *Perilaku Konsumen Digital: Saat “Prosumer” Mendominasi Dunia Digital Dan E-Commerce*, 1 ed. (Jawa Barat: Widina Media Utama, 2024): 28.

- 3) *Reminder impulse buying*, adalah pembelian yang terjadi karena pembeli secara spontan teringat bahwa mereka pernah membeli produk tersebut atau telah melihatnya dalam iklan.
- 4) *Planned impulse buying*, adalah pembelian yang terjadi secara *impulsive* oleh pembeli karena emosi yang dimiliki mereka telah hilang, kemudian mereka membeli produk bukan sesuai dengan kebiasaan mereka

2. *E-Commerce*

a. Definisi *E-Commerce*

Electronic Commerce (E-Commerce) didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik yang terhubung dengan internet. Menurut Kaloka dan Whinston definisi *E-Commerce* merupakan kegiatan belanja online dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui transfer uang secara digital.⁷

b. Klasifikasi *E-Commerce*

Menurut Harmayani dalam buku Vera Selviana Adoe dkk, menyatakan bahwa ada tiga klasifikasi *E-Commerce*, yaitu :⁸

⁷ Muhammad Yusuf Noor Ifada, *E-Commerce ; konsep Dan Teknologi*, 1 ed. (Bukit Cemara Tidar: Media Nusa Creative, 2021): 33.

⁸ Vera Selviana Adoe dkk, *Buku ajar E-Commerce* (Bandung: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022). 3.

1) Iklan baris.

Iklan baris merupakan model *E-Commerce* yang paling sederhana dimana penjual menggunakan media sosial atau forum untuk beriklan. Penjual dan pembeli akan berkomunikasi secara langsung untuk menyelesaikan transaksi. Contohnya: OLX.co.id, Berniaga.com, FJB-kaskus, dan lain sebagainya.

2) Retail

Pada model ini, semua proses jual beli dilakukan melalui sistem yang diterapkan oleh situs yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tidak terlalu bervariasi dan proses transaksi relatif aman. Contohnya: Lazada, Zalora, Berrybenka, dan sebagainya.

3) *Marketplace* atau penyedia jasa mall online

Model ini dalam menjamin keamanan bertransaksi, pihak *marketplace* menyediakan lapisan keamanan tambahan seperti sistem pembayaran escrow. Artinya pihak *marketplace* menjadi pihak ketiga yang menerima pembayaran dan meneruskan ke pihak ketiga yang menerima pembayaran dan meneruskan ke pihak penjual apabila pembeli telah menerima barang yang dipesan. Contohnya; Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan sebagainya.

c. Indikator *E-Commerce*

E-Commerce dapat dijelaskan melalui beberapa indikator, yaitu:⁹

1) Transaksi tanpa batas

Sebelum internet, kendala geografis sering menghambat pembelian, terutama dalam transaksi besar. Namun, dengan hadirnya *E-Commerce*, pelaku usaha, termasuk UMKM, kini dapat memasarkan produk secara global tanpa Batasan jarak dan waktu, memungkinkan transaksi 24 jam nonstop.

2) Transaksi Anonim

Dalam transaksi, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung. Penjual juga tidak memerlukan identitas pembeli selama pembayaran telah disetujui oleh penyedia sistem, seperti kartu kredit atau *e-money*.

3) Produk digital dan non digital

Produk digital seperti software, music, dan lainnya dapat dipasarkan melalui internet dengan metode unduhan. Seiring perkembangan, barang yang dijual pun semakin beragam, mencakup berbagai kebutuhan sehari-hari.

4) Produk barang tak berwujud

⁹ Noor Ifada Muhammad Yusuf, *E-Commerce ; konsep Dan Teknologi.*, 1 ed. (Bukit cemara Tidar: Media Nusa Creative, 2021): 4-5.

Banyak perusahaan *E-Commerce* menawarkan produk tak berwujud, seperti data, software, dan ide, yang dijual secara online.

3. *Modest Fashion*

Modest Fashion merupakan tren *fashion* wanita yang mengenakan pakaian yang santun, sopan dan tidak provokatif. Khususnya dari pakaian *modest fashion* yaitu busana yang menutupi Sebagian besar bagian tubuh dengan potongan yang tidak menonjolkan siluet atau lekuk tubuh terutama bagi kaum perempuan.¹⁰

Modest fashion bukan sekadar busana muslim, melainkan memiliki makna yang lebih luas. Gaya berpakaian ini mengutamakan kesopanan dengan desain yang tertutup, tidak transparan, serta tidak terlalu mengekspos kulit. *Modest fashion* bersifat lebih universal karena dapat dikenakan oleh berbagai kalangan, tidak terbatas pada satu kelompok tertentu. Sementara itu, muslim fashion secara spesifik merujuk pada gaya berpakaian yang dirancang khusus untuk perempuan muslim, lengkap dengan hijab sebagai pelengkap yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam.¹¹

Secara umum, *Modest Fashion* adalah gaya berbusana yang menekankan kesopanan, menutupi sebagian besar tubuh, menggunakan

¹⁰ Taufik, dkk, *Peluang Dan Tantangan Industri Syariah*, 1 Ed. (Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam-Iain Lhokseumawe Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (Apr), (2022): 43.

¹¹ Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kemendikbudristek, "Serupa Tapi Tak Sama, Kenali Dua Jenis Fesyen Ini," diakses 18 Februari 2025, <https://vokasi.kemendikdasmen.go.id/read/b/serupa-tapi-tak-sama-kenali-dua-jenis-fesyen-ini>.

pakaian longgar, tidak ketat, dan tidak transparan. Konsep ini bersifat universal dan dapat diadopsi oleh siapa saja, tidak terbatas pada umat Muslim saja. Sementara itu, Fashion Muslim secara khusus merujuk pada gaya busana yang wajib mematuhi ketentuan syariat Islam, seperti penggunaan hijab, jilbab panjang, gamis, atau pakaian yang sepenuhnya menutup aurat sesuai aturan agama. Dengan demikian, Modest Fashion lebih menekankan pada nilai kesopanan secara umum, sedangkan Fashion Muslim menekankan pada kewajiban berbusana sesuai ajaran Islam.¹²

Modest Fashion dapat dijelaskan melalui beberapa indikator, yaitu:¹³

- a. Menutupi aurat dan sopan
- b. Sederhana dan tidak mencolok
- c. Identitas keagamaan dan budaya
- d. Fleksibel dan fungsional

4. Etika Konsumsi Dalam Islam

a. Pengertian Konsumsi Dalam Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), etika berkaitan dengan prinsip tentang benar dan salah serta kewajiban moral (akhlak).¹⁴ Setiap mukmin berusaha meraih kebahagiaan

¹² Emma Tarlo dan Annelies Moors, *Islamic Fashion and Anti-Fashion: New Perspectives from Europe and North America* (A&C Black, 2013): 112.

¹³ Reina Lewis, *Muslim Fashion: Contemporary Style Cultures*, 1 ed, (Duke University Press, 2015): 12.

¹⁴ “Arti kata etika - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” diakses 15 Mei 2025, <https://kbbi.web.id/etika>.

dengan menaati perintahnya serta berusaha meraih kebahagiaan dengan menaati perintahnya serta memanfaatkan harta dan anugerah yang diciptakan Tuhan demi kebaikan umat manusia. Islam mengancam konsumsi berlebihan yang menjadi ciri masyarakat fasik, yang dikenal dengan istilah israf (pemborosan) atau tabzir (penghamburan harta tanpa manfaat). Oleh karena itu, ajaran Islam menekankan pentingnya keseimbangan dalam mengonsumsi dan menggunakan kekayaan, menghindari sikap boros maupun kikir.¹⁵

Teori Konsumsi dalam Islam menjadi pedoman dalam memahami etika konsumsi yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Salah satu konsep utamanya adalah Zuhud, yakni sikap sederhana dan tidak berlebihan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Prinsip ini mengajarkan umat Islam untuk hanya memenuhi kebutuhan dasar, menghindari kemewahan yang berlebihan, serta lebih mengutamakan kepuasan batin dibandingkan kesenangan materi.¹⁶ Rasulullah SAW bersabda:

"Makanlah, minumlah, berpakaianlah, dan bersedekahlah tanpa sombong dan tidak berlebihan-lebihan." (HR. Ibnu Mājah, diriwayatkan oleh Bukhari).¹⁷

¹⁵ Paturrahman dkk, "Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 1339.

¹⁶ Riska Khajiyah Isnaini Nurul Wulandari Putri, "Analisis Konsep Maslahat dalam Konsumsi dari sudut pandang Ekonomi Islam pada masyarakat di desa Slawi-wetan," *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025): 256-257.

¹⁷ Abdus Salam Thawilah Abdul Wahab, *Adab Berpakaian dan Berhias*, 1 ed. (Jakarta: Darus Salam, 2014): 5.

Islam juga melarang perilaku konsumsi yang berlebihan, seperti israf (melampaui batas wajar dalam mengonsumsi sesuatu yang halal) dan tabdzir (menggunakan harta untuk hal yang tidak bermanfaat atau dilarang agama). Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-A'raf: 31:¹⁸

﴿يٰٓاٰدَمُ خُذْ وَاثِرَكَ مِنْ بَيْتِكَ وَكُلْ وَشَرِبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۗ﴾

Artinya "Wahai anak adam, pakalah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid Makan dan minumlah, tapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan."

Ayat tersebut menegaskan bahwa perilaku konsumtif atau berlebihan tidak dianjurkan dalam Islam. Islam mengajarkan manusia untuk mengendalikan keinginannya dan hanya memenuhi kebutuhan sesuai dengan batas kewajaran. Dalam perspektif ekonomi Islam, pemenuhan kebutuhan dan keinginan diperbolehkan selama tidak menimbulkan kemudharatan. Manusia dianjurkan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik dengan cara yang seimbang, tanpa berlebihan. Selama pemenuhan kebutuhan tersebut membawa manfaat (*maslahah*) dan tidak mendatangkan dampak negatif, maka hal itu dibolehkan.¹⁹

Islam menekankan pentingnya mengonsumsi sesuatu yang halal dan *thayyib*. Halal berarti diperbolehkan secara syariat,

¹⁸ Quran NU Online, "Surat Al-A'raf Ayat 31: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap," diakses 20 Februari 2025, <https://quran.nu.or.id/al-a%27raf/31>.

¹⁹ Naning Fatmawati, *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*, (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022) 47.

sedangkan *thayyib* mengacu pada sesuatu yang baik, berkualitas, serta bermanfaat bagi tubuh dan jiwa.²⁰ Umat Islam diwajibkan untuk memperhatikan kehalalan serta kualitas barang yang dikonsumsi, bukan hanya kuantitasnya.²¹

Dalam Teori Konsumsi Islam, keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi untuk hidup layak dan persiapan bekal akhirat melalui ibadah serta amal saleh sangat ditekankan.²² Konsep ini mengajarkan bahwa konsumsi bukan sekadar akumulasi harta, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek spiritual. Dengan menerapkan prinsip ini, umat Islam diharapkan dapat mengembangkan pola konsumsi yang seimbang, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ajaran agama.

b. Indikator Etika Konsumsi Islam

Menurut Zulni dalam jurnal Paturrahman, dkk, dalam Etika Konsumsi Islam terdapat beberapa indikator, yaitu :²³

- 1) Konsumsi Halal
- 2) Kesederhanaan/ tidak berlebihan (*Israf*) dan tidak boros (*Tabzir*)
- 3) Kebutuhan bukan keinginan

²⁰ Priyatno Rohim, A. N P. D., "Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. Maro:," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, no. 2 (2021): 26-35.

²¹ Mega Ilhamiwati dkk, *Ekonomi Syariah (Teori dan Aplikasi Ekonomi Islam)*, (Jawa Barat: CV Mega Press Nusantara, 2025): 27.

²² Dedi Mardianto dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, 1 ed. (Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2022): 106.

²³ Paturrahman, dkk, "Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 1339.

c. Maqashid Syariah

Teori Maqashid Syariah merupakan konsep penting dalam hukum islam yang bertujuan untuk memahami tujuan-tujuan utama syariah dalam mengatur kehidupan manusia.²⁴ Dalam konteks konsumsi, teori ini sangat relevan untuk menganalisis bagaimana cararilaku konsumsi seharusnya sesuai dengan tujuan-tujuan syariah. Berikut penjelasan rinci tentang lima aspek perlindungan dalam Maqashid Syariah:²⁵

- 1) Perlindungan Agama (*Hifz ad-Din*), Aspek ini pentingnya menjaga keimanan dan praktik keagamaan dalam perilaku konsumsi. Hal ini meliputi menanggapi bahwa barang yang dikonsumsi adalah halal dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, menghindari pemborosan yang dapat menjauhkan seseorang dari ibadah, dan mengutamakan pengeluaran untuk kebutuhan ibadah seperti zakat dan sedekah.
- 2) Perlindungan Jiwa (*Hifz an-Nafs*), Perlindungan jiwa berkaitan dengan menjaga Kesehatan dan keselamatan diri dalam konsumsi meliputi mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat dan bergizi, menghindari konsumsi zat-

²⁴ Siti Nurun Nadhifah dan Ahmad Syakur, "Etika Konsumsi dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an dan Hadis," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2025): 559.

²⁵ Mega Ilhamiwati dkk., "Maqasid-Based Consumption Intelligence: An Empirical Model of Its Application to the Intention of Halal Purchase," *International Journal of Ethics and Systems* 39, no. 2 (18 April 2023): 402–31.

zat berbahaya seperti alkohol dan narkoba, mengubah keamanan produk yang digunakan sehari-hari.

- 3) Perlindungan Akal (*Hifz al-'Aql*), Aspek ini fokus pada menjaga kemampuan berpikir dan kecerdasan seperti mengonsumsi makanan yang baik untuk perkembangan otak, menghindari konsumsi yang dapat merusak akal seperti minuman keras dan mengalokasikan dana untuk pendidikan dan pengembangan diri.
- 4) Perlindungan Keturunan (*Hifz an-Nasl*), Perlindungan keturunan berkaitan dengan menjaga keberlangsungan generasi mendatang seperti, mengonsumsi makanan yang baik untuk kesehatan reproduksi, menghindari perilaku konsumtif yang dapat merugikan masa depan anak cucu, menjaga lingkungan dengan konsumsi yang ramah lingkungan.
- 5) Perlindungan Harta (*Hifz al-Mal*), Aspek ini fokus pada pengelolaan kekayaan secara bijaksana seperti menghindari pemborosan dan konsumsi berlebihan, menyisihkan sebagian harta untuk investasi dan tabungan, membelanjakan harta pada hal-hal yang bermanfaat dan produktif.

d. Konsep Konsumsi Islam

Menurut Teori Al-Ghazali dalam jurnal Animah Oktarina, konsumsi seharusnya tidak hanya berorientasi pada kepuasan

semata, tetapi juga disertai dengan kehati-hatian dalam mengelola harta. Meskipun manusia memiliki kecenderungan mengikuti hawa nafsu, Al-Ghazali menekankan pentingnya pengendalian diri agar konsumsi tidak didorong oleh keinginan semata, melainkan dilakukan secara bijak dan proporsional. Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Al-Ghazali juga mengemukakan tentang teori kebutuhan hidup manusia yang terdiri dari kebutuhan primer (Dharuriyyat), kebutuhan sekunder (Hajiyyat) dan kebutuhan tersier (Tahsiniyyat).²⁶

Konsep konsumsi dalam Islam yang dijelaskan oleh Ibnu Taimiyah berdasarkan pemenuhan maqashid Syariah yaitu:²⁷

1) *Daruriyat* (Kebutuhan Primer)

Daruriyat adalah kebutuhan yang bersifat mendasar dan wajib dipenuhi agar manusia dapat bertahan hidup serta menjalankan kewajiban agama. Jika tidak terpenuhi, maka akan menyebabkan kesulitan besar atau bahkan kematian. Contohnya pangan, sandang dan papan.

2) *Hajiyyat* (Kebutuhan Sekunder)

Hajiyyat adalah kebutuhan yang bersifat melengkapi *daruriyat*, memberikan kenyamanan, dan menghindarkan

²⁶ Amimah Oktarina, dkk, "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali," *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 288-289.

²⁷ Siti Zulaikha dkk, *Manajemen Bisnis Islam*, 1 ed. (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2025): 233-234.

kesulitan, tetapi jika tidak dipenuhi, tidak akan mengancam keberlangsungan hidup. Contohnya, memiliki kendaraan agar memudahkan untuk mobilitas.

3) *Tahsiniyat* (Kebutuhan Tersier)

Tahsiniyat adalah kebutuhan yang sifatnya penyempurna dan bertujuan untuk meningkatkan estetika, keindahan, dan status sosial. Jika tidak terpenuhi, tidak akan menyebabkan kesulitan, tetapi lebih kepada kemewahan atau gaya hidup yang lebih tinggi. Contohnya, membeli barang mewah dan liburan untuk mendukung gaya hidup.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian ini umumnya digunakan untuk menggambarkan peristiwa, fenomena, atau situasi sosial, dengan tujuan agar dapat memahami pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian. Pendekatan ini melibatkan deskripsi naratif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, yang mengeksplorasi konteks alamiah tertentu.¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif yang menekankan pada konteks alamiah, dengan tujuan untuk menginterpretasikan fenomena yang diamati. Pendekatan ini melibatkan penggunaan berbagai metode, seperti Observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk memahami lebih dalam fenomena yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan khususnya di Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berlokasi di Jl. Dr. AK Gani No. 01, Curup, Dusun Curup, Kec. Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014): 96.

C. Subjek Penelitian

Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup mahasiswi angkatan 2021-2024.

D. Jenis Data dan Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengumpulan data langsung. Data dikumpulkan langsung dari sumbernya, yaitu subjek penelitian, dengan menggunakan alat yang tepat untuk memperoleh informasi yang diperlukan.² Sumber data primer adalah mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Curup yang mengikuti *Modest Fashion khususnya pada pembelian baju Modest Fashion* berjumlah 15 mahasiswi.

b. Sumber Data Sekunder

Merupakan informasi atau data yang diberikan oleh subjek kepada peneliti melalui bahan bacaan data sekunder ini bersifat tambahan dan mendukung data primer, yang di peroleh dari sumber utama penelitian.³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder dari wawancara dan Observasi langsung dengan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah. Data sekunder

² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016): 62.

³ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012): 91.

diperoleh dari penelitian ilmiah seperti catatan, foto dimana penelitian ini tidak bisa mengabadikan keberadaan dokumen terutama dokumen jurnal, artikel, buku, skripsi dll.

E. Instrument/ Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap yang krusial dalam penelitian karena tujuannya untuk memperoleh data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan.⁴

a. Wawancara

Penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur untuk menjadikan wawancara lebih bebas atau tidak kaku di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁵ Dalam hal ini peneliti mewawancarai narasumber langsung yaitu Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup mahasiswi angkatan 2021-2024.

b. Observasi

Pengumpulan data pada penelitian ini melalui Observasi langsung melibatkan penggunaan mata tanpa alat bantu standar.

⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2020): 308.

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018): 216.

Penelitian ini menggunakan jenis Observasi partisipasi. Observasi Partisipasi adalah melakukan pengamatan secara dekat dengan sekelompok orang dengan cara berpartisipasi dalam aktivitas kelompok yang sedang diteliti.⁶ Melalui observasi, peneliti dapat mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung di lapangan.⁷

c. Dokumentasi

Metode pengumpulan data pada penelitian melibatkan pengambilan informasi penelitian dari sumber-sumber internal peneliti, seperti foto dokumen, dan lainnya.⁸ Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari dokumentasi yang berkaitan dengan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah.

F. Teknik Pengelolaan Dan Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses terstruktur untuk mengumpulkan informasi dari wawancara, observasi, dan dokumen, sehingga hasilnya dapat dipahami dengan jelas dan disampaikan kepada orang lain.⁹

Menurut Sugiyono ada tiga tahapan dalam analisis data kualitatif yaitu :

⁶ Humas.fku, "Observasi Atau Observasi Partisipasi Dalam Penelitian," *FK-KMK UGM* (blog), diakses 21 Februari 2025, <https://fkkmk.ugm.ac.id/observasi-atau-observasi-partisipasi-dalam-penelitian/>.

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2019): 274.

⁸ Moch Dody Ariefanto, *Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2016): 157.

⁹ Mohammad Mahpur, "*Memantapkan Analisis Data Kualitatif Melalui Tahapan Koding*" (Malang: fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang, 2020): 16.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilah hal yang paling penting, memfokuskan perhatian pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Oleh karena itu data yang direduksi ini memberikan gambaran yang lebih jelas dan mudah ditemukan saat dibutuhkan.¹⁰

Pada penelitian ini, setelah peneliti memperoleh data dari berbagai sumber yang belum teratur, maka peneliti memilah data-data yang diperlukan saja sesuai dengan fokus penelitian. Setelah dilakukan reduksi peneliti lebih mudah dan jelas dalam melakukan proses penelitian dan mengumpulkan informasi data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif data disajikan dalam bentuk deskripsi singkat bagaimana hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono bahwa data yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.¹¹

Pada penelitian ini, peneliti menyajikan data dengan teks bersifat naratif. Dengan melakukan penyajian data tentu lebih

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013): 247.

¹¹ Sugiyono:249.

mudah untuk memahami peristiwa, kemudian merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan dari apa yang dipahami.

c. Penarikan kesimpulan

Tahapan terakhir adalah mengecek dan menarik kesimpulan. Pada dasarnya penarikan kesimpulan yang tersaji sebelumnya masih bersifat kesimpulan awal dan akan mengalami perubahan informasi dengan seiringnya data baru yang ditemukan dan bersifat kuat.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gmbaran Objektif Wilayah/Sasaran Penelitian

1. Sejarah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI)

Secara historis, keberadaan dan perkembangan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI), merupakan bagian yang tak terpisahkan dari keberadaan dan perkembangan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Hal ini di karenakan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam merupakan satu dari tiga Fakultas yang ada di IAIN Curup.

Sebagai sebuah perguruan tinggi (PT), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang ada sekarang ini, sebelumnya merupakan sekolah tinggi agama Islam negeri Curup. Berdasarkan peraturan presiden RI nomor 24 tahun 2018 yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 5 April 2018, kemudian menjadi IAIN Curup.¹

Ketika masih berstatus STAIN Curup memiliki tiga jurusan, yaitu Jurusan Syariah, Jurusan Tarbiyah, Jurusan Dakwah. Seiring dengan peralihan status STAIN Curup menjadi IAIN Curup, maka ketiga jurusan tersebut juga mengalami transformasi, yakni jurusan Syariah menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, jurusan

¹ Arsip, Fakultas Syariah Ekonomi Islam: 5.

Tarbiyah menjadi Fakultas Tarbiyah, jurusan Dakwah menjadi fakultas Ushukuddin Adab dan Dakwah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ketiga Fakultas yang ada di IAIN Curup ini merupakan perkembangan dari tiga jurusan yang ada sebelumnya.

Status STAIN Curup dihitung sejak terbitnya Peraturan Presiden nomor 24 tahun 2018, tidak berarti Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam mulai eksis melaksanakan tugas pokok dan fungsi mulai eksis dan menjalankan tugasnya setelah terbitnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 30 tahun 2018 tentang Organisasi dan tata kerja (ORTAKER) IAIN Curup dan peraturan Menteri agama Republik Indonesia nomor 2 tahun 2019 tentang STATUTA IAIN Curup. Setelah terbitnya UU peraturan Menteri agama ini, Rektor IAIN Curup atas nama Menteri Agama nomor 0050/In.34/2/KP.07/01/2019 tanggal 18 januari 2019 mengangkat dan melantik Dekan dan dua wakil Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Dekan Periode ke-1 tahun 2019-2022 berdasarkan keputusan Menteri Agama RI No. 005/In.34/Kp.07.6/01/2019. Periode ke-2 tahun 2022-2026 berdasarkan keputusan Menteri RI.No 0318/In.34/2/Kp.07.6/05/2022.²

Hingga tahun 2018, sebelum terbitnya peraturan Presiden nomor 24 tahun 2018 tentang IAIN Curup, di jurusan Syariah memiliki empat program studi, yakni program studi Perbankan

² Arsip, Fakultas Syariah Ekonomi Islam: 6.

Syariah (PS), Ekonomi Syariah (ES), Hukum Keluarga Islam (HKI), dan Hukum Tata Negara (HTN). Kemudian sejak STAIN Curup beralih status menjadi IAIN Curup, keempat program studi berada di dalam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Setelah kurang lebih 4 tahun berdirinya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam ada penambahan program studi baru yaitu pada tahun 2022 dibentuknya program studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) sehingga total program studi yang ada di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup menjadi lima program studi.³

a. Visi

Visi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup adalah menjadi fakultas yang bermutu dalam pengembangan ilmu hukum dan ekonomi berbasis islam moderasi di tingkat Asia Tenggara tahun 2045.

b. Misi

- 1) Mengembangkan ilmu hukum dan ekonomi yang bermutu berbasis Islam moderasi dan teknologi.
- 2) Meningkatkan publikasi ilmiah dalam bidang ilmu hukum dan ekonomi yang bermutu berbasis Islam moderasi dan teknologi.

³ Arsip, Fakultas Syariah Ekonomi Islam: 6.

- 3) Melaksanakan pemberdayaan masyarakat dalam bidang ilmu hukum dan ekonomi yang bermutu berbasis Islam moderasi.

c. Tujuan

- 1) Meningkatkan lulusan (Sarjana) bidang ilmu hukum dan ekonomi islam yang bermutu, tanggap terhadap perkembangan teknologi, religius, dan moderat dalam sikap dan wawasan.
- 2) Menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ilmu hukum dan ekonomi islam yang bermutu dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan berbasis islam moderasi dan teknologi.
- 3) Mengembangkan dan mewujudkan penerapan hukum dan ekonomi Islam yang moderat dalam kehidupan bermasyarakat.

2. Program Studi Ekonomi Syariah

a. Sejarah Program studi Ekonomi Syariah

Program studi Ekonomi Syariah awal berdirinya sama dengan sejarah prodi lainnya yaitu karena adanya keinginan masyarakat mengingat persaingan dan pertumbuhan Ekonomi Islam dari tahun ketahun terus berkembang. Pada tahun 2016 jurusan Syariah membuka prodi baru yaitu Program Studi Ekonomi Syariah (ES) dan Program Studi Hukum Tata Negara

(HTN). Pembukaan Program studi ini tentunya sudah melalui kajian mendalam atas tuntutan masyarakat dan dunia kerja. Secara hukum, izin pembukaan prodi baru ini berdasarkan keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 3514 Tahun 2016 tentang izin Penyelenggaraan Program Studi Sarjana Sekolah Tinggi Islam Negeri Curup tanggal 21 Oktober 2016. Berdasarkan izin inilah di tahun ajaran akademik 2017/2018 Program Studi Ekonomi Syariah mulai menerima mahasiswa baru.⁴

b. Visi Program Studi Ekonomi Syariah

Menjadi program studi yang bermutu dalam pengembangan ilmu Ekonomi Syariah berbasis Islam Moderasi di tingkat Asia Tenggara 2045.

c. Misi Program Studi Ekonomi Syariah

- 1) Mengembangkan ilmu ekonomi syariah yang bermutu berbasis Islam moderasi dan teknologi.
- 2) Meningkatkan penelitian dan publikasi ilmiah dalam bidang ilmu ekonomi syariah yang bermutu berbasis Islam moderasi.

⁴ Akreditasi Program Studi Ekonomi Syari'ah, Laporan Evaluasi Diri 2020 (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2020: 6.

- 3) Melaksanakan pemberdayaan masyarakat dalam bidang ilmu ekonomi syariah yang bermutu berbasis Islam moderasi.
- 4) Tujuan Program Studi Ekonomi Syariah
 - a) Menghasilkan sarjana ekonomi syariah yang memiliki pemahaman dan wawasan yang komprehensif dalam bidang ekonomi syariah, religious dan moderat dalam sikap.
 - b) Menghasilkan karya ilmiah bidang ilmu ekonomi syariah yang bermutu dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan berbasis islam moderasi dan teknologi.
 - c) Mewujudkan kesadaran bermuamalah dengan sistem ekonomi syariah yang moderat dalam kehidupan bermasyarakat.⁵

B. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan, maka peneliti menemukan beberapa temuan yang mengenai data yang peneliti perlukan. Dengan memperoleh data yang memberikan informasi tentang Perilaku *Impulse Buying* melalui *E-Commerce* Shopee dalam *Modest Fashion* pada mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2024.

⁵ Akreditasi Program Studi Ekonomi Syari'ah, Laporan Evaluasi Diri 2020 (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2020) : 18.

Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan mewawancarai mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2024.

1. *E-Commerce Shopee* mendorong perilaku *Impulse Buying* pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah dalam Tren *Modest Fashion*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, maka peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup. Wawancara ini terkait dengan perilaku *Impulse Buying* pada mahasiswi dalam mengikuti *Modest Fashion* dalam kategori pembelian baju di *E-commerce Shopee*, yaitu sebagai berikut:

Fitria ningsih (23681029) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4B yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Fitria Ningsih, Ia mengatakan:⁶

“aku itu termasuk orang yang mengikuti tren yuk jadi kan kita tu kuliah di IAIN jadi wajib memakai baju yang sopan dan tertutup sesuai dengan syariat Islam. Jadi karena itu aku sering banget scroll Shopee cuma buat lihat-lihat, tapi ujung-ujungnya langsung checkout juga tanpa ada perencanaan dan tidak terlalu memikirkan apakah kebutuhan yang penting atau hanya kebutuhan sesaat. Kayak kemarin, ada flash sale baju tunik kekinian, warnanya pastel, dan modelnya lagi viral di sosial media. Aku langsung beli tiga warna sekaligus. Padahal di lemari udah penuh kan yuk, tapi rasanya puas aja bisa ikut tren Modest Fashion untuk dipakai saat ke kampus atau pergi jalan-jalan sama teman-teman, apa lagi aku sering ngikutin teman-teman.”

⁶ Fitria Ningsih, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 10.06 Wib.

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Popi Novita Sari (23681049) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4B yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Popi Novita Sari, Ia mengatakan:⁷

“Setiap pergi ke kampus aku itu memang harus lebih terlihat fashionable dan selalu mengikuti tren Modest Fashion untuk kekampus yuk, karena memang aturan di kampus kita sesuai dengan pakaian Modest jadi aku itu setting dipengaturan HP aku aktifkan notifikasi aplikasi shopee di HP jadi Shopee kasih notifikasi diskon atau voucher gratis ongkir, aku langsung buka aplikasinya. Nggak butuh pun tetap beli tanpa berpikir secara matang dan tanpa ada perencanaan. Kadang cuma karena liat review bagus atau model baju dipakai selebgram, aku mikir, ‘harus punya juga.’ Udah gitu, aku nggak mikir cocok atau enggak ataupun nggak terlalu butuh, yang penting kelihatan up to date saat ke kampus yuk.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Euis Nuraisyah (23681026) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4B yang sudah berusia 19 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Euis Nuraisyah, Ia mengatakan:⁸

“Setiap kali nengok baju Modest Fashion baru di Shopee yang muncul di beranda, ambo langsung klik yuk. Padahal belum tentu ambo pakai yuk. Kadang baru seminggu beli tu tanpa ada perencanaan sebelumnya, udah beli lagi model lain. Ambo cuma endak tampil beda kek stylish setiap ke kampus tu yuk. Meskipun kadang idak kepakai galo kareno idak terlalu butuh nian, tapi

⁷ Popi Novita Sari, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 10.25 Wib.

⁸ Eius Nuraisyah, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 10.38 Wib.

rasanyo puas bae na ketiko kito setiap ke kampus itu pakai baju yang lagi ngetren dan cantik”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tersebut, diketahui informan menunjukkan sering membeli baju saat melihat produk *Modest Fashion* di Shopee, terutama karena pengaruh tampilan beranda dan keinginan untuk tampil *stylish* di kampus. Pembelian dilakukan tanpa perencanaan, bahkan meskipun barang belum tentu dipakai atau tidak terlalu dibutuhkan. Namun, ada kepuasan emosional yang dirasakan ketika bisa mengikuti tren dan tampil menarik di lingkungan sosialnya.

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Mita Kardela (23681041) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4B yang sudah berusia 19 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Mita Kardela Ia mengatakan:⁹

“Aku suka banget mix and match outfit yuk khususnya baju tren modest fashion karena sesuai aja sama aku yang sedang kuliah di IAIN yang mengharuskan kita untuk berpakaian sopan, jadi sering beli atasan baju baru meskipun sebenarnya udah punya yang mirip. Tiap kali ada diskon di shoopee 50% yuk aku langsung buru-buru beli, takut kehabisan tanpa berpikir akibatnya dan tanpa adanya perencanaan. Padahal belum tentu aku butuh atau bakal sering dipakai.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Oktarina Dia Saputri (22681033) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN

⁹ Mita Kardela, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 11.15 Wib.

Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2022 Semester 6 kelas 6B yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Oktarina Dia Saputri, Ia mengatakan:¹⁰

“Aku meraso kurang pede yuk kalu idak pakai outfit yang sedang tren apolagi kito hampir setiap hari ke kampus atau jalan-jalan. Jadi tiap minggu aku biso checkout di shoopee baju baru khususnya baju tren Modest Fashion yang biso dipakai ke kampus dan jalan-jalan di hari libur atau balik kuliah langsung jalan nongki di kafe. Kadang itu biso sampai duo sampai tigo item baju. Idak mikir butuh atau idak kek tanpa direncanakan sebelumnya, yang penting tampilan aku fashionable dan kekinian setiap ke kampus.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tersebut, diketahui informan memiliki dorongan kuat untuk selalu tampil *trendy* dan *fashionable*, terutama saat ke kampus dan jalan-jalan. Hal ini mendorongnya untuk rutin membeli baju *Modest Fashion* terbaru di Shopee, bahkan hingga dua sampai tiga item per minggu tanpa perencanaan. Pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan, melainkan demi menjaga penampilan agar tetap sesuai tren dan merasa percaya diri.

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Reka Meilani (22681039) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2022 Semester 6 kelas 6B yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Reka meilani, Ia mengatakan:¹¹

¹⁰ Oktarina Dia Saputri, Angkatan 2022, Kelas 6B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 11.36 Wib.

¹¹ Reka Meilani, Angkatan 2022, Kelas 6B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 11.48 Wib.

“Aku itu dari dulu ngikuti tren apalagi tren Modest Fashion yuk, yang bikin aku sering belanja itu karena desain Modest Fashion sekarang tuh kreatif banget. Modelnya unik, warnanya lembut. Shopee juga sering kasih rekomendasi berdasarkan history belanja kan mbak, itu bikin aku tergoda terus tanpa berpikir akaibatnya dan tidak ada sama sekali direncanakan sebelumnya. Aku tuh gampang banget beli kalau udah liat yang estetik. Padahal baju di rumah itu banyak tapi malas aja kalau di pakai berulang-ulang jadi beli lagi walaupun tidak butuh amat”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Fitrianti (22681035) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2022 Semester 6 kelas 6B yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Fitrianti, Ia mengatakan:¹²

“Aku merasa kalau ngikutin tren itu semacam kewajiban yuk. Apalagi circle pertemanan juga suka bahas baju baru khususnya tren Modest Fashion yang dipakai untu kekampus dan pergi jalan. Kadang aku belanja baju Modest di shoope kadang scroll shoope saat istirahat jam kuliah. Jadi ya yuk biar gak ketinggalan, aku sering belanja tanpa adanya perencanaan. Meski habis itu bingung nyocokin sama hijab, tapi tetap aku beli karena gak mau kelewatan. Padahal nggak terlalu butuh karena baju masi banyak yang nggak terpakai, tapi nggak mau aja pakai baju yang terus berulang-ulang pakai.

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Nabila (22681013) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2022 Semester 6 kelas 6A yang sudah berusia 22 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Nabila, Ia mengatakan:¹³

¹² Fitrianti, Angkatan 2022, Kelas 6B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 12.36 Wib.

¹³ Nabila, Angkatan 2022, Kelas 6A, wawancara pribadi, tanggal 2 Mei 2025, pukul 11.38 Wib.

“Aku itu sering belanja baju modest yuk karena pengaruh teman dikampus atau selebgram yang pakai baju Modest Fashion, apalagi aku seorang mahasiswi yang setiap kekampus harus terlihat cantik rasanya nggak enak aja pakai baju yang lama. Lihat orang pakai baju warna tertentu, aku langsung pengen punya juga. Kadang udah punya warna serupa, tapi tetap beli di shopee mana banyak fitur-fitur yang menarik hati untuk langsung beli kadang hampir tiap minggu beli tanpa ada perencanaan sebelumnya. aku belum kepikiran sih apakah itu butuh atau nggak soalnya baju dilemari udah banyak, aku anggap wajar karena kebutuhan tampilan gaya juga penting.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Elmiza Fatriazi (21681017) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2021 Semester 8 kelas 8A yang sudah berusia 21 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Elmiza Fatriazi, Ia mengatakan:¹⁴

“Aku kan baru berusia 21 kan ber jadi aku itu sangat memperhatikan penampilan yang aku pakai saat setiap pergi kekampus atau pergi kemana-mana, apalagi aku itu selalu mengikuti tren kekinian termasuk tren Modest Fashion yang sesuai dengan fashion aku. Jadi Shopee itu kayak racun, serius. Awalnya cuma mau beli jilbab satu, tetapi beli baju juga untuk kekampus baju Modest kan sesuai untuk dipakai saat kekampus. Cuma karena warnanya matching. Aku beli tanpa mikir Panjang dan tanpa ada direncanakan sebelumnya, yang penting keranjang kosong, hati senang. Baru nyesel kalau saldo udah tipis karena tidak berpikir akibatnya ber. Padahal baju udah banyak walaupun tidak butuh amat tapi senang aja keluar pergi ngampus pakai baju tren kekinian ya khususnya baju Modest Fashion.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Chitra Kartika Putri (21681010) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN

¹⁴ Elmiza Fatriazi, Angkatan 2021, Kelas 8A, wawancara pribadi, tanggal 2 Mei 2025, pukul 12.05 Wib.

Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2021 Semester 8 kelas 8A yang sudah berusia 21 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Chitra Kartika Putri, Ia mengatakan:¹⁵

“Aku sih dari dulu emang suka update soal tren fashion ber, apalagi Modest Fashion sekarang makin keren-keren modelnya. Di kampus kan kita harus tetap rapi dan sopan, jadi aku suka banget cari baju yang stylish tapi sesuai syariat. Shopee itu udah kayak candu. Kayak kemarin, lihat ada baju Modest yang lagi viral, harganya juga lagi diskon gede, akhirnya aku beli ber tanpa pikir Panjang dan tidak ada direncanakan sebelumnya. Padahal belum lama beli baju baru. Tapi ya gitu, rasanya puas banget ber kalau bisa tampil trendi di depan teman-teman. Sebenarnya nggak terlalu butuh tapi ya namanya kita yang masi muda suka aja gonta ganti pakaian.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Siti Fatimah (23681067) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4C yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Siti Fatimah, Ia mengatakan:¹⁶

“Aku jujur ya mbak termasuk orang yang nggak kuat liat diskon yuk, apalagi kalau soal Modest Fashion. Kadang cuma iseng buka Shopee, scroll baju tunik, eh ujung-ujungnya checkout juga tanpa direncanakan sebelumnya. Baru aja tadi tuh aku beli kaftan casual warna lilac karena lihat review-nya bagus banget. Padahal aku nggak ada acara khusus atau nggak terlalu butuh amat si. Sebenarnya tidak teralalu butuh karena baju di rumah itu banyak Tapi mikirnya ya udah, buat stok ke kampus atau jalan santai. Biar tampil kece tapi tetap sopan kayak gitu yuk.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Sabrina (23681066) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau

¹⁵ Chitra Kartika Putri, Angkatan 2021, Kelas 8A, wawancara pribadi, tanggal 2 Mei 2025, pukul 12.29 Wib.

¹⁶ Siti Fatimah, Angkatan 2023, Kelas 4C, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 10.12 Wib.

merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4C yang sudah berusia 19 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Sabrina, Ia mengatakan:¹⁷

“Dari dulu aku senang banget ikutin tren fashion yuk, apalagi sekarang banyak banget brand yang inovatif dalam desain Modest Fashion. Aku suka banget gaya yang anggun tapi tetap kekinian. Tiap liat di E-Commerce kayak Shopee, pasti ada aja yang lucu dan cocok banget sama gayaku. Sayangnya yuk, aku sering belanja tanpa mikir Panjang tanpa ada perencanaan sebelumnya, cuma karena liat tampilannya estetik dan cocok untuk fashion ke kampus ataupun jalan-jalan. Walaupun tidak butuh amat baju di rumah udah banyak, tapi tetep aja pengen beli lagi karena takut ketinggalan tren.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Wahyu Vina (24681031) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2024 Semester 2 kelas 2B yang sudah berusia 20 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Wahyu Vina, Ia mengatakan:¹⁸

“Modest fashion sekarang yuk benar-benar menggoda dengan desain-desain inovatifnya. Aku gampang banget tergoda liat produk baru di Shopee dan tanpa direncanakan sebelumnya. Bahkan kadang aku belanja karena ngerasa sayang ketinggalan model baru, bukan karena butuh yuk. Ujung-ujungnya, bajuku numpuk dan banyak yang belum sempat dipakai tapi merasa pengen aja beli lagi untuk dipakai pergi nongki dan ke kampus”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Dina Natalia (24681033) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2023 Semester 4 kelas 4B yang sudah

¹⁷ Sabrina, Angkatan 2023, Kelas 4C, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 10.31 Wib.

¹⁸ Wahyu Vina, Angkatan 2024, Kelas 2B, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 10.47 Wib.

berusia 18 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Dina Natalia, Ia mengatakan:¹⁹

“Aku nggak pernah tahan lihat koleksi fashion terbaru yuk khususny di Modest Fashion untuk dipakai ke kampus atau pergi jalan, apalagi kalau tampilannya elegan dan simple. E-commerce kayak Shopee tuh ngeracunin banget karena selalu kasih rekomendasi yang pas di hati. Akhirnya yuk, walaupun nggak ada niat beli dan tanpa ada direncanakan sebelumnya , aku checkout juga. Kadang-kadang aku sadar karena tidak terlalu butuh dan bajunya mirip sama yang udah aku punya, tapi tetap aja tergoda beli karena model dan warnanya beda sedikit.”

Selanjutnya yaitu wawancara kepada Sine Winanda (21681045) merupakan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah di IAIN Curup. Beliau merupakan Mahasiswi angkatan 2021 Semester 8 kelas 8B yang sudah berusia 21 tahun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Sine Winanda, Ia mengatakan:²⁰

“Aku tuh ber tipe orang yang gampang banget kepincut sama fashion item baru ber apalagi tren Modest fashion yang sesuai dengan aturan pakaian kekampus, apalagi kalau ada tren Modest Fashion yang lagi hype. Setiap ada koleksi baru dengan potongan unik dan warna-warna pastel, rasanya susah nahan diri buat nggak checkout tanpa direncanakan sebelumnya. Apalagi Shopee sering banget munculin rekomendasi yang sesuai selera aku. Tanpa sadar ber, belanjaanku numpuk dan tidak terlalu butuh, padahal lemari udah penuh bisa pakai baju yang lama. Tapi tetep aja ber, aku suka bosenan kalau harus pakai baju yang sama terus.”

Berdasarkan paparan hasil wawancara dari Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Curup, informan tersebut diamati oleh

¹⁹ Dina Natalia, Angkatan 2024, Kelas 2B, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 11.14 Wib.

²⁰ Sine Winanda, Angkatan 2021, Kelas 8B, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 12.08 Wib.

peneliti bahwasannya mayoritas informan ini menunjukkan perilaku *Impulse Buying* yang dipengaruhi kuat oleh *Modest Fashion* dan fitur-fitur menarik yang ditawarkan oleh *E-Commerce Shopee*. Faktor lingkungan sosial, seperti *circle* pertemanan dan pengaruh selebgram di media sosial, turut juga menjadi pendorong dalam membentuk perilaku *Impulse Buying* di kalangan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah. Paparan tren dan gaya hidup yang ditampilkan melalui media sosial seringkali memicu keinginan berbelanja secara tidak terencana demi menjaga citra diri dan mengikuti perkembangan *fashion* terkini.

2. Implementasi Etika Konsumsi Islam Di Kalangan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan, peneliti akan memaparkan hasil wawancara terhadap mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup. Wawancara ini terkait dengan pemahaman Mahsiswi Prodi Ekonomi Syariah terhadap Etika Konsumsi Islam, yaitu sebagai berikut:

Wawancara dengan Fitria Ningsih (23681029) yang berusia 20 tahun, Ia mengatakan:²¹

“Terus terang ya yuk, aku belum benar-benar paham gimana sih etika konsumsi dalam Islam itu walaupun sudah pernah dengar ataupun sudah dipelajari sebelumnya di kelas. Yang aku tahu, asal bajunya halal dan sopan, ya udah cukup. Jadi yuk pas aku lihat baju-baju trendi khususnya di tren Modest Fashion di Shopee, apalagi yang lagi viral, aku langsung beli. Aku nggak

²¹ Fitria Ningsih, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 10.17 Wib.

mikir ini termasuk kebutuhan atau keinginan saja, yang penting aku suka dan bisa tampil modis.”

Wawancara dengan Popi Novita Sari (23681049) yang berusia 20 tahun, Ia mengatakan:²²

“Sejujurnya yuk, aku belum benar-benar paham konsep etika konsumsi dalam Islam. Yang aku tahu, asal baju halal dan sopan, sudah cukup. Nah, sekarang tren Modest Fashion itu kan lagi naik daun banget, modelnya stylish tapi tetap syar'i untuk kekampus dan jalan-jalan. Setiap lihat koleksi baru di Shopee yuk, apalagi yang viral, aku langsung pengen beli. Aku nggak mikir ini kebutuhan atau bukan, pokoknya yuk biar kelihatan update Ketika berpergian kemana-mana termasuk kekampus.”

Wawancara dengan Euis Nuraisyah (23681026) yang berusia 19 tahun, Ia mengatakan:²³

“Ambo pernah belajar dan ambo jugo paham soal etika konsumsi Islam yuk, tapi jujur idak benar-benar ngerti prakteknyo yuk. Apolagi di era sekarang yuk, tren Modest Fashion makin banyak pilihannyo. Shopee penuh nian samo baju-baju modest yang cantik dan banyak diskon yang menarik hati. Akhirnyo, ambo suko belanja, ambo idak mikir ini kebutuhan atau keinginan ajo, karenp ambo meraso harus punyo galo model baru biar tetengok fashionable untuk dipakai ketiko kekampus atau jalan-jalan.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tersebut, diketahui informan mengaku pernah belajar dan memahami etika konsumsi Islam, informan mengalami kesulitan dalam menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Dorongan untuk mengikuti tren *Modest Fashion* yang marak di *E-Commerce* seperti Shopee, ditambah dengan penawaran diskon yang menarik, membuatnya sering berbelanja tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan.

²²Popi Novita Sari, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 10.31 Wib.

²³Eius Nuraisyah, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 10.43 Wib.

Pembelian lebih didorong oleh keinginan untuk tampil *fashionable* di kampus dan jalan-jalan.

Wawancara dengan Mita Kardela (23681041) yang berusia 19 tahun, Ia mengatakan:²⁴

“Sekarang Modest Fashion lagi hits banget yuk, dan aku gampang banget terbawa arus. Shopee pun sering promosiin koleksi-koleksi baru yang estetik. Padahal, dalam Islam, katanya konsumsi harus sesuai kebutuhan dan harus menerapkan etika konsumsi Islam, aku juga paham mengenai Etika Konsumsi Islam tapi aku belum ngerti cara nerapinnya, jadinya yuk belanja terus tanpa memikirkan kebutuhan atau keinginan.”

Wawancara dengan Oktarina Dia Saputri (22681033) yang berusia 20 tahun, Ia mengatakan:²⁵

“Kalau ditanyo soal Etika Konsumsi Islam yuk, aku sadar belum kuat ilmunyo. Apolagi tren Modest Fashion yang tiap bulan berubah-ubah. Rasanyo kalau idak aku beli, takut ketinggalan zaman. Jadi belanja terus itu cak udah biaso ajo buat aku, walaupun aku idak pernah memikirkan apo ini kebutuhan atau idak.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tersebut, diketahui informan menyadari bahwa pengetahuannya tentang Etika Konsumsi Islam masih terbatas. Informan merasa terdorong untuk terus mengikuti tren *Modest Fashion* yang cepat berubah karena takut dianggap ketinggalan zaman. Akibatnya, Informan terbiasa melakukan pembelian secara terus-menerus tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut merupakan kebutuhan atau sekadar keinginan.

²⁴ Mita Kardela, Angkatan 2023, Kelas 4B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 11.24 Wib.

²⁵ Oktarina Dia Saputri, Angkatan 2022, Kelas 6B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 11.42 Wib.

Wawancara dengan Reka Meilani (22681039) yang berusia 20 tahun, Ia mengatakan:²⁶

“Tren Modest Fashion berkembang cepat banget yuk. Mau gamis, tunik, sampai hijab, semua model dan motifnya baru terus. Aku pribadi belum ngerti secara mendalam tentang bagaimana Islam mengatur belanja dalam Etika Konsumsi Islam. Akhirnya, ya, belanja terus tanpa memikirkan ini benar-benar kebutuhan atau tidak.”

Wawancara dengan Fitrianti (22681035) yang berusia 20 tahun, Ia mengatakan:²⁷

“Seiring berkembangnya tren Modest Fashion, aku makin sering belanja yuk. Bukan karena butuh, tapi karena takut ketinggalan zaman atau tren terbaru. Ini mungkin karena aku belum ngerti betul prinsip Etika Konsumsi Islami yang benar-benar harus diterapkan.”

Wawancara dengan Nabila (22681013) yang berusia 22 tahun, Ia mengatakan:²⁸

“Dulu Modest Fashion pilihannya sedikit kan yuk. Sekarang banyak banget model yang unik-unik. Aku tahu dalam Islam harusnya konsumsinya nggak berlebihan dan pernah juga belajar tentang Etika Konsumsi Islam, tapi aku merasa belum siap nahan godaan tren baru yang terus bermunculan dan belum bisa untuk menerapkannya. Pada akhirnya, ya, belanja terus tanpa memikirkan ini benar-benar kebutuhan atau tidak.”

Wawancara dengan Elmiza Fatriazi (21681017) yang berusia 21 tahun, Ia mengatakan:²⁹

“Aku tahu Islam ngajarin untuk nggak berlebihan ber, tapi aku belum ngerti detail soal Etika Konsumsi Islam. Apalagi tren Modest Fashion sekarang keren-keren banget ber. Shopee penuh

²⁶ Reka Meilani, Angkatan 2022, Kelas 6B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 11.56 Wib.

²⁷ Fitrianti, Angkatan 2022, Kelas 6B, wawancara pribadi, tanggal 30 April 2025, pukul 12.49 Wib.

²⁸ Nabila, Angkatan 2022, Kelas 6A, wawancara pribadi, tanggal 2 Mei 2025, pukul 11.52 Wib.

²⁹ Elmiza Fatriazi, Angkatan 2021, Kelas 8A, wawancara pribadi, tanggal 2 Mei 2025, pukul 12.16 Wib.

dengan koleksi baru yang fashionable dan sopan, bikin aku gampang kalap belanja tanpa mikir Panjang dan tanpa memikirkan apakah ini kebutuhan yang penting atau tidak.”

Wawancara dengan Chitra Kartika Putri (21681010) yang berusia

21 tahun, Ia mengatakan:³⁰

“Jujur aja ya ber, aku belanja Modest Fashion lebih karena ikut-ikutan tren dari pada kebutuhan. Aku tahu dalam Islam kita disuruh hemat apalagi kita diwajibkan untuk menerapkan Etika Konsumsi Islam dalam kehidupan sehari-hari, tapi belum ngerti teknisnya. Shopee sering banget muncul dengan koleksi baru yang susah ditolak ber.”

Wawancara dengan Siti Fatimah (23681067) yang berusia 20

tahun, Ia mengatakan:³¹

“Etika konsumsi menurut Islam sih aku tahu sedikit yuk, intinya jangan berlebihan. Tapi realitanya mbak, saat lihat koleksi Modest Fashion baru di Shopee, aku langsung belanja terus tanpa memikirkan apakah ini kebutuhan tapi sebenarnya tidak terlalu butuh. Jadi yuk, Aku belum paham sepenuhnya gimana menahan diri untuk belanja sesuai dengan Etika konsumsi menurut Islam.”

Wawancara dengan Sabrina (23681066) yang berusia 19 tahun,

Ia mengatakan:³²

“Kadang yuk aku ngerasa Modest Fashion tuh udah kayak kebutuhan bulanan. Padahal, kalau mau jujur, banyak baju di rumah yang jarang dipakai dan beli baju itu nggak terlalu butuh amat. Ini mungkin yuk karena aku belum paham prinsip dari Etika konsumsi Islam dan belum bisa menerapkannya karena terjadi spontan aja beli baju.”

³⁰ Chitra Kartika Putri, Angkatan 2021, Kelas 8A, wawancara pribadi, tanggal 2 Mei 2025, pukul 12.40 Wib.

³¹ Siti Fatimah, Angkatan 2023, Kelas 4C, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 10.23 Wib.

³² Sabrina, Angkatan 2023, Kelas 4C, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 10.38 Wib.

Wawancara dengan Wahyu Vina (24681031) yang berusia 20 tahun, Ia mengatakan:³³

“Kalau lihat gamis atau tunik kekinian atau setelan Modest Fashion yang viral, aku langsung merasa harus punya. Aku tahu Islam ngajarin jangan berlebihan dalam Etika konsumsi Islam, tapi karena pemahamanku masih minim, aku lebih sering mengikuti hawa nafsu belanja walaupun tidak memikirkan sebelumnya apakah ini kebutuhan atau hanya keinginan saja sebenarnya tidak terlalu butuh karena baju udah banyak di rumah.”

Wawancara dengan Dina Natalia (24681033) yang berusia 18 tahun, Ia mengatakan:³⁴

“Beli baju baru bagi aku kadang kayak kebutuhan emosional, bukan fungsional yuk. Aku sadar yuk Islam menekankan hidup sederhana dalam Etika konsumsi Islam, tapi aku belum paham betul gimana cara kontrol keinginan saat lihat koleksi Modest Fashion baru di Shopee padahal tidak terlalu butuh amat sii.”

Wawancara dengan Sine Winanda (21681045) yang berusia 21 tahun, Ia mengatakan:³⁵

“Tren Modest Fashion yang makin sering mengeluarkan produk terbaru membuat aku merasa harus selalu upgrade gaya ber. Padahal Islam mengajarkan cukup dan sederhana. Tapi karena pemahamanku masih dangkal, aku cenderung konsumtif saat lihat barang-barang baru di Shopee sebenarnya bukan kebutuhan tetapi pengen belanja terus aja.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Curup, peneliti menemukan bahwa terdapat dua kecenderungan utama terkait pemahaman dan penerapan etika konsumsi Islam. Pertama, terdapat sebagian mahasiswi yang telah

³³ Wahyu Vina, Angkatan 2024, Kelas 2B, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 10.59 Wib.

³⁴ Dina Natalia, Angkatan 2024, Kelas 2B, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 11.30 Wib.

³⁵ Sine Winanda, Angkatan 2021, Kelas 8B, wawancara pribadi, tanggal 5 Mei 2025, pukul 12.43 Wib.

memahami konsep Etika Konsumsi Islam secara teoritis, seperti pentingnya tidak berlebihan dalam konsumsi yang diatur dalam Islam, serta nilai kesederhanaan. Namun, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Banyak dari mereka yang mengakui bahwa dalam praktiknya masih sulit menahan diri dari perilaku *Impulse Buying*, terutama ketika dihadapkan dengan *Modest Fashion* yang terus berkembang khususnya pada baju tren *Modest Fashion*, promosi diskon menarik di *E-commerce* seperti Shopee, serta dorongan sosial untuk tampil modis dan kekinian.

Kedua, sebagian informan lainnya menyampaikan bahwa mereka belum benar-benar memahami konsep Etika Konsumsi Islam secara menyeluruh. Pengetahuan mereka masih terbatas pada hal-hal mendasar, seperti memastikan pakaian yang dibeli halal dan sopan. Ketidakpahaman ini berdampak pada kebiasaan berbelanja yang cenderung *impulsif (impulse buying)*, di mana keputusan membeli lebih didasarkan pada dorongan emosional, tren yang sedang viral, atau rasa takut ketinggalan zaman, daripada pertimbangan atas kebutuhan yang sesungguhnya.

Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa beberapa mahasiswi tidak sepenuhnya memahami prioritas kebutuhan dalam berbelanja. Banyak dari mereka menganggap pembelian produk *Modest Fashion* seperti baju sebagai kebutuhan sekunder bahkan tersier yang

justru sering kali dilakukan tanpa mempertimbangkan aspek kesederhanaan, kecukupan, dan prinsip Etika Konsumsi Islam.

Dengan demikian, observasi mendukung temuan bahwa perilaku *impulse buying* masih dominan di kalangan mahasiswi. Fenomena ini penting untuk dikaji lebih dalam agar dapat memberikan rekomendasi dalam penerapan Etika Konsumsi Islam yang lebih baik di lingkungan mahasiswa, khususnya untuk mengurangi perilaku konsumtif berlebihan (israf dan tabzir) akibat pengaruh promosi E-Commerce Shopee.

C. Pembahasan

Dalam perspektif Islam, konsumsi yang bertanggung jawab dan bijaksana menjadi kunci utama untuk mencapai keseimbangan dan keberkahan dalam kehidupan. Konsumsi yang tidak terkendali dapat menyebabkan pemborosan, hutang, dan ketidakstabilan finansial, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip keuangan Islam yang menekankan keadilan, kebersihan, dan keberkahan. Ajaran Islam tidak menyalahkan manusia atas pemenuhan keinginannya, sebab segala sesuatu yang ada di bumi ini diciptakan untuk kegunaan manusia.³⁶

Fenomena berkembangnya *Modest Fashion* di kalangan mahasiswi dewasa ini bukan sekadar menjadi bagian dari pemenuhan syariat dan aturan kampus dalam berpakaian, tetapi telah bertransformasi menjadi bagian dari

³⁶ Rina Samsiyah Agustina dkk, "Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2024) : 54.

gaya hidup konsumtif. Dalam konteks ini, berbelanja pakaian *Modest Fashion* tidak lagi sekadar untuk menutup aurat, tetapi juga untuk menunjang citra diri agar terlihat modis, *fashionable*, dan mengikuti tren kekinian. Terlebih dengan adanya platform *E-commerce* seperti Shopee, proses konsumsi menjadi lebih cepat, praktis, dan penuh dengan godaan promosi yang ditawarkan seperti *flash sale*, voucher gratis ongkir, hingga rekomendasi personal yang mendorong pengguna untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Kebiasaan belanja impulsif menjadikan mahasiswi cenderung boros karena sering membeli barang tanpa pertimbangan kebutuhan dan skala prioritas. Perilaku ini bertentangan dengan konsep konsumsi dalam Islam yang menekankan prinsip kesederhanaan, pengendalian diri, dan pengelolaan harta secara bijak. Dalam Maqashid Syariah, hal ini melanggar tujuan *hifz al-māl* (menjaga harta), karena harta digunakan secara berlebihan dan tidak bermanfaat. Pemborosan seperti ini termasuk dalam kategori *israf* dan *tabdzir* yang jelas dilarang dalam ajaran Islam.³⁷

Islam secara tegas melarang pemborosan sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Isra: 27 :³⁸

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya :“ Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

³⁷ Ian Alfian, “Fomo Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam,” *Profetik Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2024) : 130.

³⁸ Quran NU Online, “Surat Al-Isra’ Ayat 27: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap,” diakses 6 Mei 2025, <https://quran.nu.or.id/al-isra/27>.

Ayat diatas menjelaskan bahwa perilaku boros seperti membeli barang yang tidak dibutuhkan atau berbelanja hanya karena dorongan emosi termasuk dalam kategori *tabdzir*, yang sangat dikecam dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, konsumsi yang berlebihan tanpa pertimbangan manfaat harus dihindari karena bertentangan dengan nilai-nilai etika konsumsi Islam.

1. *E-Commerce* Shopee mendorong perilaku *Impulse Buying* pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah dalam *Modest Fashion*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bahwasannya dari 15 informan mahasiswi yang di wawancara yaitu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup melakukan pembelian produk khususnya baju *Modest Fashion* secara tidak terencana (*impulse buying*) melalui *E-Commerce* Shopee. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataan informan yang mengaku sering belanja karena tergoda oleh fitur-fitur yang ditawarkan oleh *E-Commerce* Shopee seperti seperti diskon, promo *flash sale*, tampilan produk yang menarik, pengaruh selebgram, dan teman sebaya, serta untuk menunjang citra diri agar terlihat modis, *fashionable*, dan mengikuti tren kekinian meskipun sebenarnya produk tersebut tidak terlalu dibutuhkan.³⁹

³⁹ Hasil Wawancara Informan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup, Angkatan 2021-2024.

Mayoritas informan dalam penelitian ini mengaku awalnya hanya “sekadar melihat-lihat” atau “mengisi waktu luang” di Shopee, namun akhirnya terdorong untuk *checkout* produk yang sedang diskon, viral, atau sedang tren di kalangan teman-teman informan. Dalam banyak kasus, mereka juga mengaku membeli pakaian yang sebenarnya sudah mereka miliki dalam jumlah cukup, bahkan terkadang produk yang dibeli tidak digunakan secara maksimal.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi berorientasi pada nilai kegunaan (*utility*), melainkan pada nilai simbolik, seperti keinginan untuk tampil modis, diterima oleh lingkungan sosial, dan tidak ketinggalan zaman. Sehingga, modest fashion yang awalnya berakar dari nilai-nilai syariat tentang kesopanan dalam berpakaian, kini menjadi bagian dari gaya hidup konsumtif yang sering kali melampaui batas kebutuhan.⁴⁰

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai *perilaku Impulse Buying Melalui E-Commerce* dalam tren *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam jenis *Impulse Buying* yang paling dominan adalah *Pure Impulse Buying* (pembelian impulsif murni). Jenis pembelian ini merupakan bentuk pembelian yang sepenuhnya tidak direncanakan sebelumnya dan terjadi secara spontan

⁴⁰ Zenita Alvina Fauziah dkk, “Analisis Penerapan Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali dalam Teori Konsumsi (Studi Kasus Impulsive Buying dalam Gaya Hidup Muslim di Era Digital),” *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2025): 88.

karena dorongan emosional atau ketertarikan sesaat terhadap suatu produk.

Dari hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dan dikuatkan oleh penelitian terdahulu Nama Alifah Salmah dan Muhammad Erysyah Faraby tahun 2024 melakukan penelitian tentang “Analisis Perilaku *Impulse Buying* Pada Diskon *Live Streaming* Di *E-commerce* Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah”. Dari hasil penelitaian ini mengatakan bahwa mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura cenderung melakukan *impulse buying*, meski tetap memperhatikan prinsip-prinsip Syariah dalam keputusan pembelian mereka.⁴¹

2. Implementasi Etika Konsumsi Islam Di Kalangan Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah

Secara umum implementasi itu merupakan pelaksanaan atau penerapan, biasanya dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu.⁴² Konsep konsumsi dalam Islam diposisikan sebagai bagian dari aktifitas ekonomi yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat).

⁴¹ Alifa Salmah, Muhammad Erysa Faraby, “Analisis Perilaku *Impulse Buying* Pada Diskon *Live Streaming* Di *Ecommerce* Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah,” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 6, no. 2 (2024): 327.

⁴² “Arti kata Implementasi,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” diakses 20 April 2025, :<https://kbbi.web.id/implementasi>.

Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah mashlahah atas kebutuhan dan kewajiban.⁴³

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari 15 informan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah yang diwawancarai, hanya 5 orang informan, yang menyatakan memiliki pemahaman mengenai pentingnya beretika dalam konsumsi. Namun, pemahaman tersebut pada umumnya masih bersifat dasar dan belum menyentuh seluruh aspek etika konsumsi dalam Islam secara *komprehensif*.

Informan cenderung memahami bahwa selama pakaian yang dibeli bersifat halal dan sopan, maka konsumsi tersebut sudah dianggap sesuai dengan ajaran Islam. Pemahaman ini menunjukkan bahwa sebagian informan masih memaknai etika konsumsi sebatas pada aspek lahiriah, seperti kehalalan produk, tanpa memperhatikan prinsip-prinsip lain seperti penghindaran dari perilaku konsumtif yang berlebihan (*israf*), pemborosan (*tabdzir*), serta pentingnya mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan.

Pemahaman informan tersebut belum menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan beberapa indikator utama dalam konsep Etika Konsumsi Islam yang sebenarnya. Etika konsumsi dalam Islam memiliki sejumlah prinsip yang menjadi pedoman dalam berperilaku konsumsi secara Islami. Indikator-indikator tersebut antara lain:⁴⁴

⁴³ Muhammad Akram Khan, "The Role of Government in the Economy," *The American Journal of Islamic Social Sciences* 14, no. 2 (2021) : 157.

⁴⁴ Zul Ihsan Mu'arrif, *Ekonomi Mikro Islam*, 1 ed. (JawaTengah: Wawasan Ilmu, 2024): 73.

a. Konsumsi Halal

Konsumsi dalam Islam harus dimulai dengan memastikan bahwa barang yang dikonsumsi adalah halal, yaitu tidak bertentangan dengan hukum syariah, dan *thayyib*, yaitu baik, sehat, serta memberikan manfaat. Prinsip ini mencakup kehalalan dari sisi zat, cara memperoleh, dan penggunaannya. Dalam konteks konsumsi fashion, misalnya, hal ini berarti memilih pakaian yang menutup aurat, tidak tembus pandang, dan tidak mengandung unsur haram baik dari bahan maupun simbol.

b. Kesederhanaan/ tidak berlebihan (*Israf*) dan tidak boros (*Tabzir*)

Islam mengajarkan prinsip iqtishad, yaitu kesederhanaan dan moderasi dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi. Umat Islam dianjurkan untuk tidak berlebihan dalam pemenuhan kebutuhan dan menghindari gaya hidup mewah yang tidak perlu. Kesederhanaan juga mencakup keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan kebutuhan spiritual. Konsumsi yang berlebihan dapat mengalihkan perhatian dari ibadah dan kegiatan yang bermanfaat untuk akhirat.

Islam sangat menekankan agar umatnya menghindari konsumsi yang berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*). *Israf* adalah penggunaan barang melebihi kebutuhan, sementara *tabdzir* adalah menggunakan harta untuk hal yang tidak berguna.

c. Kebutuhan bukan keinginan

Islam membedakan antara konsumsi atas dasar kebutuhan dan konsumsi berdasarkan keinginan. Konsumsi yang sesuai etika Islam adalah yang dilandasi oleh kebutuhan nyata, bukan dorongan emosional atau pengaruh sosial semata.

Informan mengaku masih belum mampu menerapkannya secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari dikarenakan dalam praktiknya masih sulit menahan diri dari perilaku *Impulse Buying*. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain adanya dorongan emosional saat berbelanja, pengaruh lingkungan sekitar, serta kurangnya kontrol diri ketika menghadapi promosi atau diskon di *E-Commerce* Shopee pada tren *Modest Fashion* yang selalu berkembang khususnya pada baju tren *Modest Fashion*. Selain itu, kemudahan dalam mengakses produk melalui aplikasi belanja online juga menjadi pemicu meningkatnya perilaku konsumtif yang tidak sesuai dengan prinsip etika konsumsi dalam Islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa para informan cenderung melakukan pembelian impulsif yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan tersier, seperti produk baju *Modest Fashion*, yang bersifat pelengkap dan tidak termasuk dalam kebutuhan pokok⁴⁵

Berdasarkan hasil paparan wawancara juga ditemukan bahwa 10 dari 15 informan mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Curup

⁴⁵ Hasil Wawancara Informan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup, Angkatan 2021-2024.

masih belum begitu memahami secara mendalam prinsip-prinsip etika konsumsi dalam Islam, khususnya dalam praktik kehidupan sehari-hari seperti saat bertransaksi di *E-commerce* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun informan berasal dari latar belakang studi Ekonomi Syariah, nilai-nilai Islam dalam praktik konsumsi belum sepenuhnya terjadi.

Dari hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dan dikuatkan oleh penelitian terdahulu Nama Raidah Rumaisha tahun 2025 melakukan penelitian tentang “Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Dalam Memilih Produk Pakaian Nibras Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya perilaku konsumen Butik Mumtaz Kota Metro yang tidak sejalan dengan prinsip Islam, seperti pembelian impulsif saat diskon yang bisa mengabaikan kebutuhan prioritas dan kecenderungan untuk membeli lebih dari satu produk dari merek berbeda, yang berisiko mengarah pada konsumsi berlebihan. Penelitian ini menegaskan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan, nilai-nilai agama, dan kemampuan ekonomi untuk mencapai konsumsi yang etis dan bijaksana.⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, bahwa informan yaitu mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup sering

⁴⁶ Raidah Rumaisha, “Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Dalm Memilih Produk Pakaian Pakian Nibras Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam”, Skripsi, (Lampung: IAIN METRO, 2025): 76.

melakukan pembelian produk *Modest Fashion* secara impulsif melalui platform E-Commerce Shopee. Hal ini sesuai dengan teori *Impulse Buying* menurut Beatty & Ferrel, yang menjelaskan bahwa impulse buying adalah perilaku membeli secara tiba-tiba dan segera, tanpa ada niat membeli sebelumnya, akibat pengaruh rangsangan lingkungan belanja.⁴⁷ Hasil wawancara membuktikan bahwa fitur-fitur promosi Shopee seperti flash sale, gratis ongkir, voucher diskon, serta rekomendasi dari media sosial mampu menjadi stimulus yang kuat memicu dorongan membeli mendadak.

Selain itu, informan juga menyebutkan bahwa mereka terpengaruh oleh lingkungan sosial, misalnya rekomendasi teman, tren di media sosial, dan desain produk yang menarik. Hal ini mendukung karakteristik impulse buying yaitu adanya stimulus visual yang membangkitkan emosi belanja spontan. Beberapa informan bahkan mengakui sering membeli barang meskipun barang tersebut bukan kebutuhan mendesak, tetapi karena tertarik dengan promo dan takut kehabisan stok.

Jika dianalisis dengan Teori Konsumsi Islam, pola belanja impulsif ini belum sepenuhnya mencerminkan prinsip etika konsumsi syariah. Dalam teori konsumsi Islam, seperti dijelaskan oleh Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah, konsumsi ideal harus didasarkan pada pemenuhan

⁴⁷ Fatchur Rohman, "Peran nilai hedonik konsumsi dan reaksi impulsif sebagai mediasi pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian impulsif di Butik Kota Malang." 51-61.

kebutuhan (*daruriyat*) secara seimbang, sederhana (*zuhud*), menghindari *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (pemborosan). Hasil wawancara menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang melebihi kebutuhan primer, bergeser pada kebutuhan sekunder bahkan tersier, semata-mata untuk mengikuti tren Modest Fashion agar tampil menarik di kampus.

Sebagian informan memahami konsep kesederhanaan dan konsumsi halal, implementasinya masih sebatas teori. Beberapa masih belum menahan diri dari perilaku berlebihan dalam berbelanja (*israf*) dan seringkali mengabaikan perencanaan anggaran. Hal ini sejalan dengan ayat Al-Qur'an QS. Al-A'raf: 31 yang menegaskan bahwa Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. Artinya, perilaku impulse buying tanpa kontrol dapat bertentangan dengan maqashid syariah terutama dalam perlindungan harta (*Hifz al-Mal*) dan perlindungan jiwa (*Hifz an-Nafs*) dari godaan konsumtif yang tidak produktif.

Dengan demikian, berdasarkan hasil wawancara dan Observasi, bahwa perilaku *impulse buying* pada mahasiswi ini terjadi karena kombinasi faktor eksternal (fitur promosi Shopee, media sosial, lingkungan) dan internal (dorongan emosi, kurangnya perencanaan). Dari sisi teori konsumsi Islam, perilaku ini perlu diarahkan dengan pemahaman etika konsumsi yang benar agar mahasiswa dapat

membedakan kebutuhan dan keinginan, menerapkan prinsip hidup sederhana, dan berbelanja secara halal, thayyib, serta bermanfaat

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penelitian dapat menyimpulkan mengenai perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-Commerce Shopee* dalam *Modest Fashion* Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam sebagai berikut:

1. *E-Commerce Shopee* mendorong perilaku *Impulse Buying* pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah dalam *Modest Fashion* pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup, dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce Shopee* mendorong perilaku *impulse buying* melalui berbagai fitur promosi seperti flash sale, gratis ongkir, voucher diskon, serta rekomendasi dari media sosial. Hal ini sesuai dengan teori *impulse buying* menurut Beatty & Ferrel yang menyebutkan bahwa perilaku membeli secara tiba-tiba muncul karena rangsangan eksternal yang menarik perhatian konsumen. Faktor sosial seperti pengaruh teman, tren media sosial, dan desain produk *Modest Fashion* yang menarik juga memperkuat dorongan belanja spontan tanpa perencanaan yang matang.
2. Implementasi etika konsumsi Islam di kalangan mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup masih belum optimal. Pemahaman mahasiswi terhadap Etika Konsumsi Islam, seperti prinsip hidup sederhana dan konsumsi halal masih sebatas pada dasar

pengetahuan. Belum semua informan mampu menerapkannya secara konsisten dalam praktik belanja. Hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan antara pemahaman teori dengan praktik, yang jika dikaitkan dengan teori konsumsi Islam menurut Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah, perilaku konsumsi seharusnya berfokus pada pemenuhan kebutuhan (daruriyat) secara wajar, menghindari israf (berlebihan) dan tabzir (pemborosan), serta menjaga harta (Hifz al-Mal) sesuai prinsip Maqashid Syariah.

B. Saran

Berdasarkan pemaparan kesimpulan diatas, ada beberapa saran yang dapat diteliti sampaikan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswi dan Konsumen Umum

Diharapkan dapat lebih bijak dalam berbelanja secara online, khususnya melalui *E-Commerce* seperti Shopee. Sebaiknya selalu mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya sebelum melakukan pembelian agar terhindar dari perilaku *impulse buying* yang dapat memicu pemborosan (*tabzir*) dan perilaku berlebihan (*israf*). Upayakan untuk selalu menerapkan Etika Konsumsi Islam dengan mengutamakan prinsip kesederhanaan, konsumsi yang halal, dan perencanaan keuangan yang baik.

2. Bagi Pihak Kampus dan Tenaga Pengajar

Diharapkan dapat meningkatkan pembinaan literasi keuangan syariah dan Etika Konsumsi Islam melalui mata kuliah, seminar, atau kegiatan pembinaan mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih memahami pentingnya mengelola keuangan sesuai dengan ajaran Islam dan mampu membedakan kebutuhan dengan keinginan dalam praktik konsumsi sehari-hari.

3. Bagi Masyarakat Umum

Hendaknya mulai membiasakan pola hidup sederhana dan hemat sesuai tuntunan ajaran Islam. Perilaku berbelanja harus dikontrol agar tidak mudah terpengaruh oleh penawaran yang bersifat memancing emosi. Dengan demikian, setiap individu dapat menjaga hartanya dengan baik (*Hifz al-Mal*), memenuhi kebutuhan secara proporsional, dan terhindar dari perilaku konsumtif yang tidak bermanfaat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan dan memperluas penelitian ini dengan lingkup yang lebih luas dan mendalam agar hasilnya lebih komprehensif. Penelitian serupa dapat dilakukan pada kelompok masyarakat atau latar belakang yang berbeda untuk memperoleh perbandingan hasil yang lebih beragam. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan pendekatan atau metode penelitian yang lebih variatif sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih bermanfaat bagi pengembangan ilmu

pengetahuan, khususnya di bidang perilaku konsumen dan Etika Konsumsi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Wahab, Abdus Salam Thawilah. 2014. *Adab Berpakaian dan Berhias*. 1 ed. Jakarta: Darus Salam.
- Anna Triwijayati. 2024. *Perilaku Konsumen Digital: Saat "Prosumer" Mendominasi Dunia Digital Dan E-Commerce*. 1 ed. Jawa Barat: Widina Media Utama., www.penerbitwidina.com.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Dedi Mardianto. 2022. *Pengantar Ekonomi Islam*. 1 ed. Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- Dody Ariefanto. 2012. Moch. *Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hardani dkk, Hardani. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Ifada, Muhammad yusuf Noor. 2021. *E-Commerce ; konsep Dan Teknologi*. 1 ed. Bukit cemara Tidar: Media Nusa Creative.
- J. Moleong, Lexy. 2018 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Untuk Riset Ekonomi Dan Bisnis Edisi 4*. Yogyakarta: Erlangga.
- Lewis, Reina. 2015. *Muslim Fashion: Contemporary Style Cultures*. Duke University Press.
- Muhammad yusuf, Noor Ifada. 2021. *E-Commerce ; konsep Dan Teknologi*. 1 ed. Bukit cemara Tidar: Media Nusa Creative.
- Ilhamiwati Mega. 2025. *Ekonomi Syariah (Teori dan Aplikasi Ekonomi Islam)*. Jawa Barat: CV Mega Press Nusantara.
- Naning Fatmawati. 2022. *E Commerce dan Perilaku Konsumtif, 1 ed*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Prayetno Agustinus Sitanggang, Friska Artaria Sitanggang. 2021. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. 1 ed. JawaTengah: PT.Nasya Expanding Management.
- Siti Zulaikha. 2025. *Manajemen Bisnis Islam*. 1 ed. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).

- Sudha N, C. Nagadeepa, Ms. DeepthiShirahatti. 2021. *Impulse Buying: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*. 1 ed. 61, 66 T.P.K. Main Road, Vasantha Nagar, Madurai - 625003, Tamil Nadu, India.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Taufiq. 2022. *Peluang Dan Tantangan Industri Syariah*. 1 ed. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam-IAIN Lhokseumaawe Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APTI), <https://febianlhokseumawe.acad/penerbit>.
- Tarlo, Emma, dan Annelies Moors. 2013. *Islamic Fashion and Anti-Fashion: New Perspectives from Europe and North America*. A&C Black.
- Vera Selviana Adoe. 2022. *Buku ajar E-Commerce*. Bandung: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Zul Ihsan Mu'arrif. 2024. *Ekonomi Mikro Islam*. 1 ed. JawaTengah: Wawasan Ilmu.

Jurnal

- Adiba, Rara, Dea Kurnia Cahyani, Nirwasita Ranjanu, dan Septi Wiguna Pramesti. "Analisis Perilaku Konsumtif Produk Fashion pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan Online Shop." *Jurnal Potensial* 2, no. 2 (November 2023). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>.
- Ahmad Syakur, Siti Nurun Nadhifah. "Etika Konsumsi dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an dan Hadis." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1928>.
- Amimah Oktarina dan dkk. "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 1, no. 2 (2022).
- Andrey Achmad Pratama, Viviyanti Yuniastuti. "Portraits and Challenges of Indonesia's Modest Fashion Industry on the Halal Industry Competition in the World." *Indonesian Journal of Halal Research* 5, no. 1 (2023).

- Arianti, Farahdiba, dan Triana Rahajeng Hadiprawoto. "Investigating Social Media Influencers' Credibility and Religiosity, and The Moderating Role of Hedonic Value on Purchase Intention of Modest Fashion Brands." *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 15 Januari 2024. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.168>.
- Azid, Raka Malik, Achmad Sani Supriyanto, dan Fani Firmansyah. "Analisis Peran Emosi Positif Pada Perilaku Impulse Buying Generasi Z Banyuwangi." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 9, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.29407/nusamba.v9i1.20967>.
- Baitul Hamdi. "Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *slamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 3, no. 1 (2022).
- Dewi, Adinda Rizqy Kusuma, Ratna Pudyarningsih, dan Eva Mufidah. "Pengaruh Trend Fashion Muslim Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan." *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2023).
- Bohn, T. "Dari ekspor ke nilai tambah hingga pendapatan: Akuntansi untuk transfer pendapatan bilateral." *Jurnal Ekonomi Internasional* 4, no. 2 (2021). [https://doi.org/Jurnal Ekonomi](https://doi.org/Jurnal_Ekonomi) [Inhttps://doi.org/10.1016/j.jinteco.2021.103496](https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2021.103496).
- Hamid, A. "Potensi dan Prospek Pasar Halal di Industri Global: Analisis Empiris Indonesia dan Inggris." *Studi Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.11114/bms.v5i2.4167>.
- Huda, N. "Model Strategis Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia: Penelitian Pendahuluan. Jurnal Penelitian Halal Indonesia." *Jurnal Penelitian Halal Indonesia* 4, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i2.11849>.
- Ilhamiwati Mega, dkk. "Maqasid-Based Consumption Intelligence: An Empirical Model of Its Application to the Intention of Halal Purchase." *International Journal of Ethics and Systems* 39, no. 2 (18 April 2023): 402–31. <https://doi.org/10.1108/ijoes-11-2021-0204>.
- Ilhamiwati Mega dkk, "Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer, Relevansi Konten, dan Tingkat Keterlibatan Sosial terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Kampanye Influencer Marketing: Studi Kasus pada Industri Fashion di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* 2, no.1 (2024). <https://doi.org/10.58812/jekws.v3i03>.
- Paturrahman. "Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1058>.

- Rina Samsiyah Agustina. "Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2024).
- Zenita Alvina Fauziah. "Analisis Penerapan Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali dalam Teori Konsumsi (Studi Kasus Impulsive Buying dalam Gaya Hidup Muslim di Era Digital)." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2025).
- Fabiana, Siti Fatimah Susi Tri, dan Ari Susanti. "Pengaruh Sales Promotion, Positive Emotions Dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Melalui E-Commerce Pada Masyarakat Surakarta" *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 16, no. 2 (1 Juli 2023): 277–87. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.8631>.
- Fatchur Rohman. "Peran nilai hedonik konsumsi dan reaksi impulsif sebagai mediasi pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian impulsif di Butik Kota Malang." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 7, no. 2 (2020).
- Fitriyah, Dzul Nur dan Hotman Tohir Pohan. "Pengaruh Penggunaan Gopaylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Jakarta." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 1 (3 Februari 2023): 1025–34. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16003>.
- Ian Alfian. "Fomo Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam." *Profetik Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2024).
- Kumalasari, Fitri. "Pengaruh Ritualistic Dan Consequential Terhadap Perilaku Konsumen Pada Modest Fashion." *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 4 (November 2023). <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i4.1889>.
- Maula, Defia Ifsantin. "Perumusan Model Bisnis Sosial; Modest Fashion Enterprise." *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 11, no. 2 (31 Desember 2021). [https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11\(2\).131-142](https://doi.org/10.21927/jesi.2021.11(2).131-142).
- Muhammad Akram Khan. "The Role of Government in the Economy." *The American Journal of Islamic Social Sciences* 14, no. 2 (2021).
- Muhammad Erysa Faraby, Alifa Salmah. "ANALISIS PERILAKU IMPULSE BUYING PADA DISKON LIVE STREAMING DI ECOMMERCE SHOPEE DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 6, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v6i2.1243>.
- Nurul Wulandari Putri, Riska Khajiyah Isnaini. "Analisis Konsep Maslahat dalam Konsumsi dari sudut pandang Ekonomi Islam pada masyarakat di desa

Slawi-wetan.” *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.2038>.

Pramarini, Venika Salsabila Ayu. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 3, no. 3 (2024): 474. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3244>.

Quran NU Online. “Surat Al-A’raf Ayat 31: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap.” Diakses 20 Februari 2025. <https://quran.nu.or.id/al-a%27raf/31>.

Rohim, A. N, Priyatno, P. D. “Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. Maro:” *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>.

Sri Herianingrum, Tanza Dona Pertiwi. “Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024). <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12386>.

Syahridawati, Syahridawati. “Fenomena Fashion Hijab dan Niqab Perspektif Tafsir Maqāsid.” *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 22, no. 2 (30 Oktober 2020): 135. <https://doi.org/10.22373/substantia.v22i2.8206>.

Website

“Arti kata etika - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Diakses 15 Mei 2025. <https://kbbi.web.id/etika>.

“‘Arti kata Implementasi,’ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Diakses 20 April 2025. <https://kbbi.web.id/implementasi>.

Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kemendikbudristek. “Serupa Tapi Tak Sama, Kenali Dua Jenis Fesyen Ini.” Diakses 18 Februari 2025. <https://vokasi.kemendikdasmen.go.id/read/b/serupa-tapi-tak-sama-kenali-dua-jenis-fesyen-ini>.

Gateway, Salaam. “SGIE Report 2023/24: Modest Fashion Stands Tall amid Mainstream Brands.” Salaam Gateway - Global Islamic Economy Gateway. Diakses 28 Juni 2025. <https://salaamgateway.com/story/sgie-report-202324-modest-fashion-stands-tall-amid-mainstream-brands>.

GoodStats. “Jumlah Kunjungan ke Situs E-Commerce Indonesia Melemah.” GoodStats. Diakses 28 Juni 2025. <https://goodstats.id/article/jumlah-kunjungan-ke-situs-e-commerce-indonesia-melemah-Xza8b>.


Humas.fku. “Observasi Atau Observasi Partisipasi Dalam Penelitian.” *FK-KMK UGM* (blog). Diakses 21 Februari 2025. <https://fkkmk.ugm.ac.id/observasi-atau-observasi-partisipasi-dalam-penelitian/>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. “Arti kata Etika.” Diakses 18 Februari 2025. <https://kbbi.web.id/etika>.

“Surat Al-Isra’ Ayat 27: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online.” Diakses 6 Mei 2025. <https://quran.nu.or.id/al-isra/27>.

“Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia.” Diakses 29 Juni 2025. <https://careers.shopee.co.id/about>.

Lampiran 1 : Berita Acara Seminar Poposal (Sempro)

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 060/In.34/FS.02/PP.00.9/02/2025

Pada hari ini ... Senin ... Tanggal ... 09 ... Bulan ... 2 ... Tahun ... 2025 ... telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : Berikan Dwi Rizki
Prodi / Fakultas : Ekonomi Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
Judul : Analisis Perilaku Impulse Buying melalui E-commerce Dalam Tren modest Fashion

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Agid Nurhalisa
Penguji I : Khairul Umam Khudori, M.E.I
Penguji II : Harianto Wijaya, M.E.

Berdasarkan analisis kedua penguji serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Tambahan dalam perspektif Islam / keislaman Islam
2. Spelling tidak usah dimasukkan
3. Perubahan pada rumusan masalah
4. Kategori Impulse Buying
5. Perbedaan pada kajian literatur di setiap sub-bab
6. Perbaikan pada tata cara sitasi

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua penguji paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 24 ... bulan ... 2 ... tahun ... 2025 ... apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 10 Februari 2025


Moderator
Agid Nurhalisa

Penguji I
Khairul Umam Khudori, M.E.I
NIP.

Penguji II
Harianto Wijaya, M.E.
NIP.

NB :
Hasil berita acara yang sudah diandatangani oleh kedua penguji silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi B-A-B yang sudah disetujui / ACC oleh kedua penguji.

Lampiran 2 : Surat Keputusan (SK) Pembimbing


IAIN CURUP
SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 061/In.34/FS/PP.00.9/02/2025

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Menimbang : 1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.

Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor : 0318/In.34/2/KP.07.6/05/2022 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN


Menetapkan
Pertama : Menunjuk saudara:
1. Khairul Umam Khudhori, M.E.I NIP.19900725 201801 1 001
2. Harianto Wijaya, M.E. NIP.19900720 202321 1 024

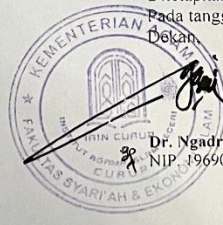
Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Berlian Dwi Rizkite
NIM : 21681008
PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syaria'ah (ES) /Syaria'ah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Analisis Perilaku Impulse Buying Melalui E-Commerce Dalam Tren Modest Fashion Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam

Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : CURUP
Pada tanggal : 17 Februari 2025
Dekan



Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001



Tembusan :

1. Pembimbing I dan II
2. Bendahara IAIN Curup
3. Kabag AUAK IAIN Curup
4. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
5. Yang bersangkutan
6. Arsip

Lampiran 3 : Surat Keputusan (SK) Penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax. (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 114./In.34/FS/PP.00.9/03/2025
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 12 Maret 2025

Kepada Yth,
Kepala Rektor IAIN Curup
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

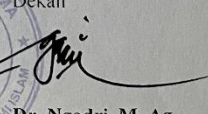
Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.


Nama : Berlian Dwi Rizkita
Nomor Induk Mahasiswa : 21681008
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-Commerce* Dalam *Tren Modest Fashion* Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam
Waktu Penelitian : 12 Maret 2025 Sampai Dengan 12 Juni 2025
Tempat Penelitian : Prodi Ekonomi Syari'ah IAIN Curup

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan

Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001



Lampiran 4 : Surat Keterangan Selesai Penelitian

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

Jl. Dr AK. Gani Kontak Pos 108 Tel. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 curup 39119

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : *266* /In.34/FS.02/PP.00.9/06/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini atas nama Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan sebagai berikut:

Nama : Berlian Dwi Rizkite
NIM : 21681008
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah selesai melakukan penelitian di Program Studi Ekonomi Syariah selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal 12 Maret s/d 12 Juni 2025, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Analisis Perilaku *Implse* Buying melalui *E-Commerce* dalam *Tren Modest Fashion* ditinjau dari Etika Konsumsi Islam"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: Berlian Dwi Rizkita
NIM	: 21681008
PROGRAM STUDI	: Ekonomi Syariah
FAKULTAS	: Syariah dan Ekonomi Islam
PEMBIMBING I	: Khairul Umam Khudhori, M.E.
PEMBIMBING II	: Harianto Wijaya, M.E.
JUDUL SKRIPSI	: Analisis Perilaku Impulsif Belanja melalui E-commerce Dalam Tren Modest Fashion Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam.
MULAI BIMBINGAN	:
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING II
1.	Kamis, 13 Februari 2025	Perbaikan Penulisan Footnote, typo dan cetakan miring.	HA
2.	Selasa, 08 Februari 2025	Revisi Bab I (perbaikan isi, footnote, typo)	HA
3.	Rabu, 26 Februari 2025	Revisi Bab II (cetakan miring, typo)	HA
4.	Kamis, 6 Maret 2025	Revisi Bab III	HA
5.	Kamis, 13 Maret 2025	Ata Bab I, II, dan III	HA
6.	Kamis, 17 April 2025	Revisi Bab IV	HA
7.	Rabu, 23 April 2025	Revisi Bab V	HA
8.	Selasa, 6 Mei 2025	Revisi Bab IV dan Bab V	HA
9.	Kamis, 15 Mei 2025	Revisi Bab I, II, III, IV dan V	HA
10.	Senin, 19 Mei 2025	Ata Bab IV dan V	HA
11.	Selasa, 27 Mei 2025	Ata Daftar isi dan Skripsi	HA
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
 SUDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
 CURUP

CURUP, 27 Mei 2025

PEMBIMBING I,

PEMBIMBING II,

Khairul Umam Khudhori, M.E.
 NIP. 19500725 201001 1001

Harianto Wijaya, M.E.
 NIP. 19500720 201321 1024

Lampiran 6 : Pedoman Wawancara Penelitian

PEDOMAN WAWANCARA

Analisis Perilaku *Impulse Buying* Melalui *E-commerce Shopee* Dalam *Modest*

Fashion Ditinjau dari Etika Konsumsi Islam

A. Identitas Informan

Nama :

Nim :

Umur :

Kelas :

B. Daftar Pertanyaan

No.	Indikator	Pertanyaan
1.	<i>Impulse Buying</i> <ul style="list-style-type: none">• Pembelian yang tidak diencanakan sebelumnya• Pembelian yang tanpa berpikir akibatnya• Pembelian dipengaruhi oleh keadaan yang emosional• Pembelian diakibatkan oleh penawaran yang menarik	<ul style="list-style-type: none">• Seberapa sering anda membeli produk <i>modest fashion</i> melalui E-Commerce Shopee?• Apakah anda membeli produk <i>modest fashion</i> melalui E-Commerce Shopee itu ada perencanaan sebelumnya?• Biasanya anda berbelanja di E-Commerce Shopee karena kebutuhan atau keinginan mendadak? Bisa diceritakan?

		<ul style="list-style-type: none">• Apa yang paling sering mendorong anda untuk membeli produk tanpa perencanaan? (Desain produk yang menarik, Rekomendasi media sosial, Lingkungan sekitar (teman, tren kampus), Faktor lainnya?)• Saat belanja, apa anda mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan?• Pernahkah anda merasa menyesal setelah melakukan pembelian impulsif? Jelaskan.• Fitur apa di Shopee yang paling sering membuat anda tergoda membeli mendadak?• Apakah anda biasanya melihat iklan, testimoni atau ulasan produk dulu?• Siapa yang paling memengaruhi keputusan belanja anda? Teman, keluarga, influencer?
--	--	--

2.	<p>Etika Konsumsi Islam</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsumsi Halal • Kesederhanaan/ tidak berlebihan (<i>Israf</i>) dan tidak boros (<i>Tabzir</i>) • Kebutuhan bukan keinginan 	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah anda paham mengenai konsumsi itu harus sesuai dengan Etika konsumsi Islam? • Menurut anda, apa yang anda konsumsi sesuai dengan ajaran Islam? • Apakah anda mengetahui konsep <i>israf</i> (berlebihan) dan <i>tabzir</i> (boros) dalam konsumsi? • Menurut anda, pembelian impulsif ini termasuk perilaku konsumsi yang berlebihan? Mengapa? • Bagaimana anda menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan agar tetap sesuai dengan etika konsumsi Islam?
----	---	---

Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian







