

ABSTRAK

Uliya Rahmawati, 2023. “Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Kedumulyo Kecamatan Sukolilo)”, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN) KUDUS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sertadan mendeskripsikan mengenai faktor-faktor pendorong dan dampak penggunaan e-commerce Shopee yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam pada masyarakat Kedumulyo Kecamatan Sukolilo.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) deskriptif dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Sumber data di peroleh melalui data primer (berkaitan dengan subjek penelitian) dan data sekunder (berkaitan dengan literatur yang berhubungan dnegan objek penelitian), dengan teknik pengumpulan data baik wawancara (dengan masyarakat Kedumulyo yang menggunakan e-commerce Shopee), observasi dan dokumentasi. Kemudian dilakukan uji keabsahann data dengan triagulasi sumber, teknik, dan waktu. Setelah data tersebut terkumpul, data dianalisis dengan mereduksi data, penyajian dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini memperoleh temuan bahwa faktor-faktor yang mendorong masyarakat Kedumulyo menggunakan e-commerce Shopee terdapat faktor internal dan eksternal., antara lain: faktor persepsi, motivasi, gaya hidup, budaya, sosial, dan psikologis. Kemudian perilaku konsumtif yang dilakukan masyarakat Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shope menurut ekonomi Islam yaitu dengan tiga kebutuhan manusia antara lain: kebutuhan dharuriyah (primer), hajiyah (sekunder), dan tahsiniyah (tersier). Adapun dampak penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kedumulyo dalam perspektif ekonomi Islam ada dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif ada dua: dapat memberikan kepuasan pada masyarakat kedumulyo dan meningkatkan perputaran roda perekonomian. Selain itu dampak negatif ada dua: terjadinya sikap boros pada masyarakat dan gaya hidup yang berlebihan dalam berbelanja.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, E-commerce Shopee, Masyarakat Kedumulyo, Ekonomi Islam*