

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum E-commerce Shopee

a. Profil Shopee

- Nama Perusahaan : Shopee Indonesia
- Nama Pendiri : Forrest Li
- Nama Pimpinan : Chris Feng
- Alamat : Pacific Century Place Tower Lt. 26 SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jl. Jend. Sudirman No.52-53, RT.5/RW.3, Senayan, Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190
- No. Telepon : 1500702 dan 021-39500300
- Website : www.shopee.co.id

b. Sejarah Berdirinya Aplikasi Shopee

Shopee merupakan tempat perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Chris Feng adalah pencipta Shopee sendiri. Chris Feng adalah satu-satunya karyawan Rocket Internet yang pernah mengunjungi Zalora dan Lazada. Karena perangkat selulernya dikembangkan sesuai dengan standar perdagangan elektronik dunia, Shopee terdaftar sebagai salah satu dari "5 startup e-commerce yang paling disruptif" oleh Tech In Asia.¹

Shopee adalah aplikasi pasar dari handphone yang mempermudah dan mempercepat pembelian dan penjualan barang secara online. Shopee menawarkan berbagai jenis produk, mulai dari produk stylish hingga item untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee dibuat sebagai aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaannya melakukan bisnis online tanpa harus mengakses website melalui desktop komputer.

¹ Nurul 'Alny. "Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kelurahan Karang Panjang Konta Ambon". (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, 2020). 228

Gambar: 4.2
Logo Shopee



Shopee mulai berdagang di pasar Indonesia pada awal bulan Mei 2015, dan resmi mulai beroperasi di sana pada awal Juni 2015. Shopee merupakan perusahaan muda di Garena yang berkantor pusat di Singapura. Shopee telah memantapkan dirinya di sejumlah negara Asia, termasuk Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia.

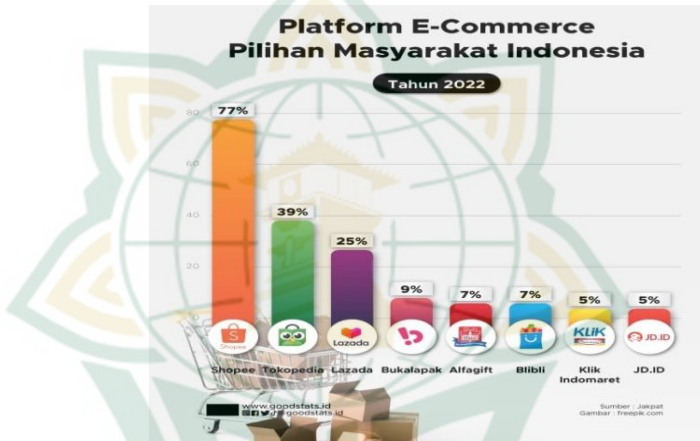
Target pengguna Shopee adalah masyarakat umum yang kini cenderung melakukan aktivitas yang melibatkan gadget, seperti transaksi bisnis. Untuk itu, Shopee dikembangkan sebagai aplikasi mobile yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi bisnis secara cepat dan mudah. Kategori produk yang ditawarkan Shopee lebih fokus pada fashion dan kebutuhan rumah tangga.

Gambar: 4.3
Halaman Awal Shopee



Selama setahun terakhir, Shopee telah melampaui semua platform e-commerce lainnya dalam hal popularitas di kalangan masyarakat Indonesia. Beberapa orang Indonesia mengatakan bahwa ada toko online yang memilih Shopee saat berbelanja. Apalagi mayoritas masyarakat Indonesia, khususnya wanita, memilih Shopee sebagai tujuan belanja online favorit mereka. Kenyamanan mendorong konsumsi, jadi mereka berbelanja untuk apa yang mereka inginkan, bukan untuk kebutuhan mereka.

Gamba:4.4



Sumber: Katadata.co.id.

c. Fasilitas Aplikasi Shopee

CEO Shopee, Chris Feng, mengatakan beberapa fitur premium seperti chat dan bidding juga hadir di Shopee saat digunakan sebagai aplikasi platform untuk sebuah marketplace. Fitur-fitur ini digunakan untuk mempermudah aktivitas belanja di Shopee.

Shopee mengintegrasikan antarmuka dengan fungsi dialog ke dalam aplikasi, memungkinkan pengguna berkomunikasi secara real time dengan pelanggan, penjual, dan pembeli. Di aplikasi Shopee, pelanggan dapat menggunakan fitur negosiasi yang tersedia untuk melakukan simulasi proses pembelian seperti di pasar tradisional. Fitur ini memungkinkan pembeli memperoleh harga yang lebih tinggi dari harga yang tercantum untuk dijual. Dengan fitur ini, kami mempermudah dan menjangkau seluruh pengguna Shopee.

2. Profil Masyarakat di Desa kedumulyo

Gambaran umum mengenai masyarakat di Desa Kedumulyo Kecamatan Sukolilo Kabupaten Pati, dapat dijelaskan melalui beberapa aspek, yaitu: letak desa secara administratif, dan potensi sumber daya manusia. Untuk lebih jelas gambaran tersebut, maka diuraikan dalam penjelasan sebagai berikut:

1) Letak Desa secara Administratif

Secara geografis, Desa Kedumulyo terletak di Kecamatan Sukolilo Kabupaten Pati. Adapun batas administrasi Desa Kedumulyo adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara : berbatasan dengan Desa Kasiyan
- b. Sebelah timur : berbatasan dengan Desa Jimbaran (Kecamatan Kayen)
- c. Sebelah selatan : berbatasan dengan Desa Tompe gunung
- d. Sebelah barat : berbatasan dengan Desa Gadudero

Desa Kedumulyo terbagi ke dalam empat dusun, yaitu dusun Gendongan, dusun Madaran, dusun Puri, dan dusun Kedu. Keempat dusun di Desa Kedumulyo ini tidak mengelompok di satu kawasan, akan tetapi menyebar. Jarak antara satu dusun dengan dusun yang lain terbilang cukup jauh, jaraknya sekitar 1-2 Km. Apabila kita memasuki wilayah Desa Kedumulyo, dusun pertama yang akan kita temui adalah dusun Puri. Kemudian setelah menempuh jarak $\pm 1,5$ Km kita akan memasuki wilayah dusun Kedu, setelah itu masuk ke arah selatan kita akan memasuki wilayah dusun Madaran setelah itu baru dusun Gendongan. Dari empat dusun tersebut terbagi lagi ke dalam 5 RW dan 31 RT. Dusun dibawah oleh seorang kades (kepala dusun) atau biasa disebut kamituwo. Jumlah keseluruhan penduduk Desa Kedumulyo adalah 5.336 jiwa yang terdiri atas 2.483 jiwa laki-laki dan 2.853 jiwa perempuan, terbagi dalam 1.276 KK.²

Desa Kedumulyo termasuk desa yang sangat strategis, akses untuk ke luar maupun masuk Desa Kedumulyo sendiri juga mudah karena Desa Kedumulyo dilalui jalan raya yang menghubungkan antara Kabupaten Pati dan kabupaten Grobogan. Jalur ini setiap hari selalu ramai dilalui oleh kendaraan pribadi maupun angkutan umum, karena ini adalah

² Muhammad Kasan, Dokumen Data Penduduk di Balai Desa Kedumulyo. 24 Maret 2023.

jalur satu-satunya yang menghubungkan Kabupaten Pati dan Kabupaten Grobogan.

- 2) Kondisi Demografis
 - a. Pendidikan

Tingkat pendidikan masyarakat Desa Kedumulyo apabila dilihat dari data monografi Desa Kedumulyo sebagian besar adalah tamatan Sekolah Dasar dan tidak sekolah. Desa Kedumulyo memiliki 2 buah TK, 2 buah SD, dan 1 buah Madrasah Ibtidaiyah.

Tabel 4.2

Komposisi penduduk menurut pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah
1.	Tamat Akademi/Perguruan Tinggi	25 orang
2.	Tamat SLTA	600 orang
3.	Tamat SLTP	690 orang
4.	Tamat SD	1.527 orang
5.	Tidak Tamat SD	826 orang
6.	Belum Tamat SD	610 orang
7.	Tidak Sekolah	1.170 orang
	Jumlah	5.448 orang

Sumber data: Dokumen Balai Desa Kedumulyo

- b. Perekonomian

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagian besar masyarakat Desa Kedumulyo bermata pencaharian sebagai petani. Selain itu juga ada yang bermata pencaharian sebagai buruh tani, pengusaha, buruh industri, buruh bangunan, pedagang, pengangkutan, PNS.

Tabel 4.3

Komposisi penduduk berdasarkan mata pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah
1.	Petani sendiri	2.646 orang
2.	Karyawan	750 orang
3.	Nelayan	-
4.	Pengusaha	74 orang
5.	Buruh industri	303 orang
6.	Buruh bangunan	460 orang
7.	Pedagang	68 orang
8.	Sopir	13 orang

9.	Pegawai Negeri (Sipil/ABRI)	10 orang
10	Pensiunan	5 orang
11	Lain-lain	1.119 orang
	Jumlah	5.448 orang

Sarana perekonomian yang terdapat di Desa Kedumulyo antara lain adalah sebagai berikut: pasar 2 buah yang terdiri dari pasar umum 1 buah dan pasar hewan 1 buah, toko/ kios 29 buah, koperasi simpan pinjam 1 buah, industri 10 buah, warung makan 11 buah, angkutan 13 buah yang terdiri dari bus 5 buah dan truk 8 buah. Kegiatan perindustrian yang dimaksud diatas sudah termasuk industri besar 1 buah, industri kecil 4 buah, industri rumah tangga 5 buah.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dari hasil data yang telah diperoleh dari hasil penelitian dengan melakukan wawancara, peneliti akan memaparkan serta menyesuaikan dari fokus penelitian yang telah peneliti rumuskan diatas sebagai berikut:

1. Faktor-faktor Yang Mendorong Masyarakat Kedumulyo Menggunakan E-commerce Shopee Dalam Berbelanja

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 23 Maret 2023 dengan mewawancarai masyarakat desa yang menggunakan e-commerce Shopee mengenai faktor-faktor yang mendorong masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan Shopee untuk berbelanja yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Philip Kotler berpendapat ada beberapa faktor yang ada dalam faktor internal yaitu sebagai berikut:

- Persepsi

Individu menggunakan persepsi sebagai proses untuk mengumpulkan dan memahami informasi. Persepsi individu terhadap informasi bergantung pada tingkat pemahaman, ketekunan, motivasi, dan kesadaran mereka. Adapun pada masyarakat yang akan melakukan belanja memiliki persepsi sendiri pada e-commerce Shopee.

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan yaitu mas Lukmanul Khakim

selaku masyarakat desa yang menggunakan Shopee untuk berbelanja. Jadi menurut penjelasan dari informan yakni mas Lukman bahwasanya:³

“Faktor persepsi dalam menggunakan Shopee menjadi faktor pendorong saya untuk berbelanja di Shopee, karena menurut saya Shopee adalah aplikasi belanja online yang aman dan terpercaya, setra barang yang dikirim cepat sampai ke konsumen”.

Sesuai data dari wawancara saudara Naffa Asroh Lestari dengan peneliti tentang faktor yang mendorong masyarakat menggunakan e-commerce Shopee yaitu sebagai berikut:⁴

“ Persepsi saya dalam menggunakan Shopee yaitu dikarenakan tertarik akan pengiklanan produk yang ditawarkan oleh Shopee. Menurut saya Shopee adalah tempat berbelanja kekinian yang memudahkan konsumen dalam berbelanja.”

Jadi faktor persepsi menjadi salah satu faktor yang mendorong masyarakat desa Kedumulyo untuk melakukan belanja di e-commerce Shopee. Dengan adanya pengetahuan tentang informasi-informasi Shopee dan kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee membuat masyarakat berminat dalam berbelanja di Shopee, serta menjadikan masyarakat beralih belanja di online daripada di toko offline atau di pasar.

- Motivasi

Motivasi timbul karena adanya permintaan dari konsumen. Kebutuhan yang diungkapkan dengan cara ini mendorong seseorang untuk melakukan tindakan guna memuaskan kebutuhan tersebut.

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan yakni mbak Naffa Asroh Lestari. Jadi menurut penjelasan beliau sebagai berikut:⁵

³ Lukmanul Hakim, “Masyarakat desa Kedumulyo pengguna Shopee. Wawancara 1 oleh Penulis 23 Maret 2023. Transkrip.”

⁴ Naffa Asroh Lestari, "Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee". Wawancara 2 oleh penulis 23 Maret 2023. Transkrip.

⁵ Naffa Asroh Lestari, "Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee". Wawancara 2 oleh penulis 23 Maret 2023. Transkrip.

“ Dalam melakukan belanja di Shopee yang menjadikan motivasi saya yaitu adanya kebutuhan yang harus di penuhi seperti halnya bumbu bahan dapur, dan barang-barang yang saya butuhkan tapi di sekitar rumah saya tidak ada, membuat saya harus melakukan belanja di Shopee”.

Dalam wawancara dengan Saudara Fajria Khoirun Nida selaku informan mengenai faktor yang mendorong dalam menggunakan Shopee yaitu sebagai berikut penjelasannya:⁶

“ Yang memotivasi saya menggunakan Shopee untuk berbelanja dikarenakan, barang yang di tawarkan bagus serta pelayanan yang dilakukan oleh Shopee itu ramah dan juga cepat. Sehingga konsumen lebih nyaman menggunakan Shopee untuk berbelanja kebutuhan atau keinginannya”.

Motivasi juga menjadi salah satu faktor pendorong masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan Shopee untuk berbelanja kebutuhan dan keinginannya. Karena barang yang ditawarkan bagus serta pelayanan yang dilakukan juga baik, menjadikan motivasi masyarakat untuk berbelanja di Shopee.

b. Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal yang dapat mendorong masyarakat desa Kedumulyo menggunakan e-commerce dalam berbelanja yaitu sebagai berikut:

- Faktor Budaya

Selain itu, budaya adalah kualitas, hubungan, dan prinsip yang memengaruhi kesehatan mental, perilaku, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan pada tingkat pribadi dan masyarakat. Ada beberapa cara pandang dan praktik yang dipengaruhi oleh budaya, terutama cara pandang dan ruang, korespondensi dan bahasa, pakaian dan penampilan, waktu dan keakraban dengan waktu, keluarga, perkumpulan dan Lembaga Pemerintah, standar dan nilai, cara pandang dan keyakinan, mental dan batasan pendidikan, serta kecenderungan kerja.

⁶ Fajria Khoirinnida, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 3 oleh penulis 24 Maret 2023. Transkrip.

Sesuai dengan pernyataan informan yakni ibu Siti Zulianingsih melalui wawancara, beliau menjelaskan bahwa:

“ Saya tipe orang yang membeli produk sesuai dengan trend, biar tidak ketinggalan akan trend produk yang ada di Shopee. Jadi setiap ada produk yang baru trend di Shopee, membuat saya tertarik untuk membelinya walaupun itu tidak tahu mau digunakan kapan. Dengan adanya perkembangan produk yang semakin mengikuti trend dan budayanya membuat Shopee jadi lebih diminati masyarakat dari pada e-commerce yang lainnya.⁷

Jadi dari pernyataan diatas, budaya sebagai suatu perilaku yang membawa dirinya dari waktu ke waktu berikutnya, melakukan suatu pembelian dengan tetap mengikuti perkembangan yang terjadi dan yang mempengaruhi kemampuan pertahanan diri dan partisipasi masyarakat setiap individu. Dengan adanya perkembangan produk yang semakin mengikuti trend dan permintaan dari masyarakat. Dari adanya budaya tersebut akan dapat menjadi faktor pendorong masyarakat dalam menggunakan Shopee untuk berbelanja keinginan maupun kebutuhannya.

- Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berbelanja di Shopee. Melalui faktor ini masyarakat menggunakan Shopee karena berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Dari pernyataan informan yaitu saudara Handayani selaku masyarakat desa Kedumulyo saat diwawancarai, beliau menjelaskan bahwa:⁸

“ Yang mendorong saya menggunakan Shopee yaitu karena kebutuhan untuk jualan perlengkapan alat tulis sekolah dirumah. Selain itu permintaan konsumen saat membeli alat tulis saya, tetapi di toko saya belum ada barang yang diminta, sehingga saya berusaha menyediakan barang tersebut. Dengan cara membeli barang itu di

⁷ Siti Zulianingsih, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 6 oleh penulis 27 Maret 2023. Transkrip.

⁸Handayani, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 5 oleh penulis 26 Maret 2023. Transkrip.

Shopee dengan harga murah yang nantinya dapat dijual lagi dan saya akan mendapatkan keuntungan dari hasil jualan alat tulis tersebut.

Dari penjelasan informan Handayani dapat di deskripsikan, yang menjadi faktor sosial diatas yaitu dengan adanya permintaan konsumen untuk menyediakan barang yang diminta, apabila di toko belum ada barang yang diminta sehingga dia berusaha menyediakan barang tersebut melalui membeli barang tersebut di Shopee. Karena di Shopee menawarkan harga yang cocok untuk dijual lagi dengan harga jual yang ditentukan oleh penjual.

- Faktor psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya adalah motivasi. Motivasi adalah keinginan untuk bertindak, dalam hal ini Tindakan adalah pemuasan suatu kebutuhan. Jika seseorang di dorong dengan tingkat intensitas yang cukup, maka kebutuhan akan menjadi motivasi.

Sesuai pernyataan informan yakni saudara Fajria Khoirinnida saat diwawancarai peneliti, beliau menjelaskan bahwa:⁹

“ Yang menjadi pendorong saya menggunakan Shopee yaitu adanya promo yang ditawarkan oleh Shopee. Dengan adanya promo tersebut harga pun menjadi lebih murah dari harga awal dan juga ada biaya gratis pengiriman. Sehingga adanya promo dan gratis pengiriman menjadi motivasi saya untuk melakukan belanja di Shopee guna memenuhi keinginan atau kebutuhan saya.

Sesuai hasil wawancara dengan ibu Fifin Khafidhotul saat wawancara dengan peneliti yaitu sebagai berikut penjelasannya:¹⁰

“ Yang mendorong saya menggunakan Shopee untuk berbelanja dikarenakan brang-barang yang dijual di Shopee sedang trend serta adanya promo dan juga gratis biaya ongkir yang ditawarkan oleh Shopee membuat saya

⁹ Fajria Khoirinnida, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 3 oleh penulis 24 Maret 2023. Transkrip.

¹⁰ Fifin Khafidhotul K., Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 7 oleh penulis 28 Maret 2023. Transkrip.

melakukan pembelian barang yang saya inginkan di Shopee”.

Berdasarkan penjelasan informan diatas, faktor psikologis melalui motivasi, selain itu adanya promo dan gratis biaya ongkir yang ditawarkan oleh Shopee dapat mendorong perilaku konsumtif masyarakat dalam melakukan pembelian di e-commerce Shopee.

2. Perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo menggunakan e-commerce Shopee

Perilaku konsumtif adalah tindakan yang dilakukan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang pada hakekatnya tidak diperlukan selain untuk memperoleh kepuasan sementara. Perencanaan konsumsi bisa dilakukan oleh siapa saja, namun di era modern saat ini banyak bermunculan produk-produk baru yang diproduksi dan didistribusikan sehingga menambah kurangnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan sebenarnya.

Perilaku konsumtif secara ekonomis akan menimbulkan suatu pemborosan dan tidak dapat memajemen keuangan dalam diri dengan baik serta tidak memaksimalkan pemanfaatan produknya. Namun secara psikologis juga akan menimbulkan perasaan tidak nyaman dan gelisah serta kurangnya kepastian dan firasat.

Dalam Islam membolehkan konsumen untuk memaksimumkan kepuasannya tetapi bukan kepuasan yang sifatnya bebas, tanpa batas tetapi kepuasan yang berdasarkan kepada semangat ajaran islam. Dalam Islam, konsumen dianjurkan untuk memaksimalkan konsumsinya, namun bukan berarti hanya boleh mengonsumsi barang-barang yang sesuai dengan ajaran moral Islam. Islam mengajarkan bahwa konsumen hanya dapat memenuhi kebutuhannya di pasar berdasarkan barang-barang yang penggunaannya tidak diperbolehkan menurut hukum Islam.

Sesuai hasil observasi yang saya lakukan di desa Kedumulyo, masyarakat Kedumulyo dalam melakukan konsumsi lebih mempertimbangkan masalah dari pada utilitas. Masalah atau kebutuhan manusia dibedakan menjadi tiga:¹¹

1. Kebutuhan Dharuriyyah atau Kebutuhan Primer

Dharuriyyah dapat diartikan kebutuhan yang benar-benar mendesak, atau primer. Kebutuhan ini sangat penting

¹¹ Masyarakat Kedumulyo, Observasi Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Kedumulyo. Observasi di Desa Kedumulyo 23 Maret- 1 April 2023.

dan harus segera dipenuhi sesuai dengan kemampuan masing-masing orang. Seperti kebutuhan makanan, pakaian, perlengkapan kesehatan dan lain-lainnya.

Sesuai pernyataan informan saat diwawancarai yakni ibu Noerna Santi, beliau menjelaskan bahwa:

“ Saya berbelanja di Shopee biasanya satu minggu 2 kali, saya berbelanja di Shopee karena produk yang ditawarkan banyak variasinya dan kualitas produknya juga bagus. Saya berbelanja di Shopee karena kebutuhan rumah tangga seperti bahan-bahan bumbu dapur, pakaian anak-anak, dan juga obat-obatan yang harus tersedia setiap saat.”¹²

Berdasarkan penjelasan informan diatas, perilaku konsumtif yang informan alami disaat berbelanja di Shopee yaitu dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan primer, karena kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus dipenuhi dahulu dari kebutuhan-kebutuhan yang lain.

2. Kebutuhan Hajiyyah atau Sekunder

Hajiyyah merupakan kebutuhan sekunder yang bersifat melengkapi kebutuhan primer. Pemenuhan terhadap kebutuhan ini akan meningkatkan efisiensi, efektifitas dan nilai tambah bagi keberadaan manusia tersebut. Hajiyyah adalah contoh kebutuhan sekunder yang penting untuk memenuhi kebutuhan primer. Menanggapi kebutuhan ini, pemenuhan kebutuhan yang diambil untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan jumlah orang yang terkena dampak situasi tersebut.

Apabila kebutuhan hajiyyah tidak terpenuhi tidak akan mengancam keselamatan hidup manusia, namun manusia tersebut akan mengalami kesulitan dalam melakukan suatu kegiatan. Adapun contoh kebutuhan hajiyyah yaitu sebagai berikut:

- Membeli meja dan kursi
- Membeli kipas angin dan kipas
- Dan membeli peralatan yang lainnya yang berfungsi untuk meningkatkan kenyamanan

¹² Noerna Santi Fatmawati, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 4 oleh penulis 25 Maret 2023. Transkrip.

Sesuai pernyataan informan yakni ibu Anik Kurniasih saat diwawancarai oleh peneliti, beliau menjelaskan bahwa:¹³

“ Saya menggunakan e-commerce Shopee untuk berbelanja barang yang saya inginkan. Barang yang saya beli bukan termasuk barang primer, tetapi barang-barang sekunder untuk meningkatkan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun barang yang saya beli yaitu seperti, jam tangan, rak sepatu, dan aksesoris handphone.”

Berdasarkan pernyataan dari informan diatas, perilaku konsumtif yang dialami adalah seringnya belanja barang-barang yang tidak termasuk dalam kebutuhan primer, karena adanya keinginan membeli barang-barang sekunder sesuai dengan keinginannya, karena tertarik dengan iklan barang yang ada di Shopee. Sehingga menurut informan timbulah sifat boros dalam dirinya saat melakukan belanja di Shopee.

3. Kebutuhan Tahsiniyah atau Tersier

Tahsiniyah merupakan jenis kebutuhan yang tidak akan mengancam lima hal pokok yaitu perlindungan agama, melindungi kehidupan, menjaga akal, melindungi anak, dan melindungi kekayaan dan tidak menciptakan kesulitan manusia. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan-kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi, kebutuhan ini bisa dikatakan kebutuhan pelengkap.

Yang termasuk contoh kebutuhan tahsiniyah atau tersier dalam kehidupan sehari-hari yaitu sebagai berikut:

1. Alat-alat dapur yang baru, padahal udah punya alat dapur yang sama
2. Cemilan atau makanan yang sedang trend di masyarakat
3. Baju atau hijab yang sedang trend di kalangan masyarakat
4. Barang elektronik yang lebih canggih dibandingkan yang sudah dimiliki

Sesuai pernyataan informan yaitu ibu Fifin Khafidhotul K. saat wawancara dengan peneliti, adapun pernyataan beliau yaitu sebagai berikut:¹⁴

“ Saya adalah seorang yang sering belanja di Shopee, biasanya dalam satu minggu saya bisa 3 kali pesan belanja di Shopee.

¹³ Anik Kurniasih, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 8 oleh penulis 28 Maret 2023. Transkrip.

¹⁴ Fifin Khafidhotul K., K., Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 7 Oleh Penulis 28 Maret 2023. Transkrip.

Tapi barang yang saya beli bukan termasuk kebutuhan pokok maupun sekunder, akan tetapi barang yang sedang trend di sekitar masyarakat. Seperti halnya alat dapur yang terbaru dengan harga yang murah, ada juga model hijab yang terbaru sehingga saya tertarik membeli barang tersebut walaupun sudah punya”.

Berdasarkan pernyataan informan diatas perilaku konsumtif yang dialami yaitu suka mengikuti trend barang yang ada di Shopee, dan berbelanja yang tidak termasuk dalam kebutuhan hanya mengikuti keinginan dan trend saja. Sehingga sifat mengikuti trend tidak baik sesuai dengan teori dalam ekonomi Islam.

3. Dampak penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo

Shopee adalah salah satu dari pasar online untuk menjual dan membeli barang dengan cepat dan mudah di perangkat seluler. Shopee menawarkan berbagai macam produk, mulai dari aksesoris trendi hingga barang kebutuhan sehari-hari. Shopee dikembangkan sebagai aplikasi seluler yang membantu penggunanya menyelesaikan proses belanja online.

Dalam penggunaan e-commerce Shopee ada dampak yang dialami oleh masyarakat yang menggunakannya dalam berbelanja, adapun dampaknya ada dua jenis yaitu dampak positif dan dampak negative. Dibawah ini penjelasan dampak penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo.

- a. Dampak Positif penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo
 - i. Memberikan kepuasan bagi konsumen.

Konsumen melakukan kegiatan belanja dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu dalam mewujudkan kebutuhannya, konsumen akan membeli barang yang diinginkan sehingga mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Menurut teori ekonomi Islam, kepuasan seseorang dinamakan utility atau nilai guna. Ketika kepuasan pada suatu benda tertentu meningkat, nilai yang digunakan untuk membuatnya juga menjadi lebih kuat. Begitu pula jika harga barang rendah maka harga nilainya juga akan rendah.

Seperti halnya penjelasan informan yakni ibu Siti Syafa'atun saat wawancara dengan peneliti tentang dampak perilaku konsumtif dalam menggunakan shopee. Penjelasan beliau tentang dampak positif adalah merasa puas dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan harga yang murah dikantong, banyak promo-promo yang ditawarkan, dan memudahkan pembeli dalam berbelanja di Shopee.¹⁵

ii. Meningkatkan perputaran roda perekonomian.

Perilaku konsumtif dengan mengkonsumsi suatu barang akan menghasilkan perputaran uang dan komoditas yang lebih cepat dan lebih besar. Sehingga memicu perilaku dalam membuka usaha sendiri.

Sesuai dengan penjelasan informan yaitu saudara Handayani saat wawancara dengan peneliti tentang dampak penggunaan Shopee dalam perilaku konsumtifnya. Saudara Handayani menggunakan Shopee untuk berbelanja kebutuhan berjualan berbagai macam alat tulis dirumah.¹⁶ Menurut penjelasan beliau Shopee membantu dalam menemukan barang yang dia butuhkan untuk dijual kembali, melalui Shopee beliau mendapatkan keuntungan dalam berjualan alat tulis dirumah, karena harga barang yang ada di Shopee lebih murah sehingga beliau bisa menjual lagi dengan harga yang sudah dia tentukan.

b. Dampak Negatif penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo

i. Terjadinya sikap pemborosan

Sikap boros merupakan menggunakan uang untuk berbelanja yang banyak dengan tujuan yang tidak dibutuhkan, atau melewati batas kewajaran dalam menggunakannya.

Ketika seseorang membeli sesuatu, terkadang tersirat tujuan mereka selanjutnya, yaitu membeli barang yang diperlukan. Mengetahui adanya promosi dan melihat produk bagus membuat seseorang ingin sekali

¹⁵ Siti Syafa'atun, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 9 oleh penulis 30 Maret 2023. Transkrip.

¹⁶ Handayani, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 5 oleh penulis 26 Maret 2023. Transkrip.

mendapatkannya. Hal tersebut yang menjadikan terjadinya sikap pemborosan.

Dalam penjelasan informan ibu Siti Auliya Rahma dalam wawancara dengan peneliti mengenai dampak dalam menggunakan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtifnya.¹⁷ Dalam penjelasan ibu Siti Auliya Rahma menjelaskan dampak yang dia alami dalam berbelanja di Shopee yaitu menjadi boros dalam berbelanja. Beliau mengatakan sulit untuk menahan diri melihat adanya promo-promo barang yang ada di Shopee sehingga beliau selalu membeli barang-barang yang sedang promo, walaupun barang tersebut belum tentu dibutuhkan.

Dari hasil wawancara dengan ibu Anik Kurniasih tentang dampak perilaku konsumtif yang dia alami yaitu sebagai berikut penjelasannya:¹⁸

“Perilaku yang saya alami yaitu seringnya belanja barang-barang di Shopee yang tidak terlalu saya butuhkan. Karena keinginan dan ketertarikan dari iklan di Shopee membuat saya belanja barang-barang yang tidak sedang saya butuhkan, sehingga timbul sikap boros dalam pengeluaran dalam melakukan belanja di Shopee.

ii. Terjadinya gaya hidup berlebihan

Gaya hidup adalah kebutuhan mendasar seseorang yang bisa merubah, tergantung pada lingkungan maupun motivasi seorang untuk merubah gaya hidupnya. Dalam hal ini yang termasuk gaya hidup yaitu mengikuti trend atau suatu hal yang baru dalam masyarakat.

Sesuai penjelasan dari informan yakni ibu Fifin Khafidhotul tentang dampak yang dialami dalam menggunakan Shopee.¹⁹ Beliau menjelaskan bahwa dia berbelanja di Shopee dikarenakan keinginan bukan kebutuhan. Dia membeli barang yang diinginkan karena adanya barang yang terbaru atau sedang trend di kalangan

¹⁷ Siti Auliya Rahma, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 10 oleh penulis 1 April 2023. Transkrip.

¹⁸ Anik Kurniasih, Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 8 oleh penulis 29 Maret 2023. Transkrip.

¹⁹ Fifin Khafidhotul K., Masyarakat desa Kedumulyo Pengguna Shopee. Wawancara 7 Oleh Penulis 28 Maret 2023. Transkrip .

masyarakat. Sehingga setiap ada barang yang baru atau sedang trend di Shopee dan dengan harga yang relatif murah, maka dia akan membeli barang tersebut.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Faktor-faktor Yang Mendorong Masyarakat Kedumulyo Menggunakan E-commerce Shopee Dalam Berbelanja

E-commerce adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna membeli dan menjual barang secara online disebut dengan Shopee. Shopee menawarkan berbagai macam produk, mulai dari barang stylish hingga barang kebutuhan sehari-hari.²⁰

Dengan adanya Shopee menjadikan masyarakat mudah untuk membeli dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti halnya masyarakat Kedumulyo banyak yang sudah menggunakan e-commerce Shopee untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan dan diinginkan.

Dari data penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat wawancara dengan masyarakat desa Kedumulyo yang menggunakan Shopee. Dapat dianalisis ada dua faktor yang mendorong masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shopee yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a) Faktor Internal

Dari hasil observasi pada masyarakat Kedumulyo yang menggunakan e-commerce Shopee, dalam faktor internal (dalam) ini ada tiga yang menjadi faktor pendorong masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shopee.

Pertama persepsi, persepsi adalah proses seseorang untuk mendapatkan dan menginterpretasikan suatu informasi. Sesuai dengan penjelasan saudara Lukmanul Khakim saat di wawancarai yaitu persepsi saudara lukman Shopee adalah aplikasi belanja online yang aman dan terpercaya. Serta barang yang dikirim juga cepat sampai ke konsumen.

Selain saudara Lukmanul Khakim, hasil penjelasan saudara Naffa Asroh Lestari tentang faktor persepsi.

²⁰ Samad, "Konsep E-Commerce Perspektif Ekonomi Islam". (Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam, 2019). 60

persepsi saudara Naffa dalam menggunakan Shopee dikarenakan tertarik akan pengiklanan produk yang ditawarkan oleh Shopee, serta Shopee adalah tempat berbelanja kekinian yang memudahkan konsumen dalam berbelanja.

Dari uraian diatas dapat di simpulkan faktor persepsi menjadi salah satu faktor yang mendorong masyarakat untuk menggunakan Shopee. Dengan adanya pengetahuan tentang informasi-informasi dari Shopee, serta pengiklanan produk yang menarik menjadikan minat masyarakat dalam melakukan pembelian di Shopee, dan menjadikan masyarakat beralih dari belanja di toko atau pasar menjadi belanja online di Shopee.

Dari data yang diperoleh oleh peneliti, sesuai dengan pembahasan menurut Indrawati (2017) tentang persepsi.²¹ Menurut pendapatnya persepsi adalah suatu keputusan masyarakat dalam mengkonsumsi, yang mempengaruhi mereka disaat memandang keadaan yang sedang mereka alami. Setelah memutuskan untuk mengkonsumsi atau membeli sesuatu, konsumen akan menarik persepsi atas tindakan mereka.

Kedua motivasi, motivasi muncul karena adanya suatu kebutuhan atau yang diinginkan oleh konsumen. Kebutuhan atau keinginan itulah yang mendorong konsumen melakukan berbelanja tersebut di Shopee.

Sesuai dengan penjelasan saudara Naffa Asroh L. mengenai motivasi yang dapat mendorong dia untuk berbelanja di Shopee. Dapat dianalisis yaitu adanya membeli kebutuhan sehari-hari di sekitar rumah yang sulit dijangkau, sehingga menjadi motivasi beliau untuk membeli di Shopee, karena di Shopee barang yang dicari ada dan bisa diantar sampai di rumah.

Selain saudara Naffa, hasil penjelesan saudara Fajria Khoirun Nida mengenai motivasi yang mendorong dia menggunakan Shopee yaitu dapat dianalisis yaitu karena barang yang di tawarkan bagus, serta pelayanan yang dilakukan oleh Shopee itu ramah dan juga cepat. Sehingga

²¹ Indrawati Ph. D, "*Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadapai Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*". (Bandung: PT Refika Aditama, 2017). 2

konsumen lebih nyaman menggunakan Shopee untuk berbelanja kebutuhan atau keinginannya.

Sesuai dengan pendapat Sumarwan yang menyimpulkan motivasi muncul karena adanya kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen. Adanya motivasi karena muncul kebutuhan dan keinginan konsumen yang dirasakan. Keinginan dan kebutuhan yang dilakukan oleh orang yang bersangkutan, mendorong seseorang untuk melakukan pembelian guna memuaskan keinginan dan kebutuhan tersebut.²²

Kesimpulan dari analisis di atas yaitu motivasi dapat menjadi pendorong dalam menggunakan Shopee untuk berbelanja. Karena barang yang ditawarkan bagus serta pelayanan yang dilakukan juga baik, menjadikan motivasi masyarakat untuk berbelanja di Shopee.

b) Faktor Eksternal

Menurut Philip Kotler, ada beberapa faktor eksternal yang menghambat masyarakat umum dalam menggunakan e-commerce. Ada tiga faktor yang mempengaruhi Shopee: faktor sosial, ekonomi, dan psikologis.

Pertama faktor budaya, adalah kualitas, dan citra yang dapat mempengaruhi suatu perilaku, mental, serta keyakinan, yang cenderung pada seseorang dan masyarakat. Sesuai hasil wawancara peneliti dengan ibu Siti Zulianingsih mengenai faktor yang mendorong beliau menggunakan Shopee yaitu karena budaya. Beliau tipe orang yang membeli produk sesuai dengan trend atau produk yang terbaru di Shopee. Jadi setiap ada produk yang baru trend di Shopee, membuat ibu Zulianingsih tertarik untuk membelinya. Dengan adanya perkembangan produk yang semakin mengikuti trend dan budayanya membuat Shopee menjadi lebih diminati masyarakat dari pada e-commerce yang lainnya.

Sesuai dengan pendapat Koentjaraningrat, mengenai budaya adalah keseluruhan rangkaian asumsi, cita-cita, dan praktik yang ada dalam diri seseorang yang

²² Etta Mmang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013). 46

mempengaruhi cara orang berperilaku sebagai konsumen di Negara tertentu.²³

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan, budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa. Dengan adanya perkembangan produk yang semakin mengikuti trend dan permintaan dari masyarakat, maka adanya budaya tersebut akan dapat menjadi faktor pendorong masyarakat dalam menggunakan Shopee untuk berbelanja produk keinginan maupun kebutuhannya.

Kedua faktor sosial, menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku masyarakat dalam berbelanja di Shopee. Dengan adanya faktor ini, masyarakat menggunakan shopee karena berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Dari penjelasan yang dijelaskan oleh informan Handayani dapat di deskripsikan, yang menjadi faktor sosial pendorong saudara Handayani menggunakan e-commerce Shopee yaitu dengan adanya permintaan konsumen untuk menyediakan barang yang diminta, apabila di toko belum ada barang yang diminta, sehingga dia berusaha menyediakan barang tersebut melalui membeli barang tersebut di Shopee.

Dari pembahasan diatas, dapat dianalisis mengenai faktor sosial yang dapat mendorong masyarakat menggunakan e-commerce Shopee. Sesuai dengan pendapat Sebriyanti (2021) tentang faktor sosial adalah situasi dimana seseorang melakukan interaksi dengan orang lain yang mungkin dapat mempengaruhi integritas seorang konsumen.²⁴ Keadaan sosial dapat mencakup seluruh interaksi antar pribadi, baik yang berlangsung lama maupun sesaat, dan juga menyebabkan masyarakat umum menjadi sadar akan adanya keadaan di sekitarnya.

Dapat disimpulkan dari hasil analisi diatas, yang menjadi faktor sosial yaitu adanya permintaan dari konsumen untuk menyediakan barang yang diminta,

²³ Kussudyarsana, "Budaya dan Pemasaran dalam Tinjauan Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen". (Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 12, No. 2, 2008). 173.

²⁴ Sebriyanti, L. d., "Pengaruh Lingkungan Sosial dan Keputusan Penggunaan Uang Elektronik". (Jurnal Kompetitif Bisnis, 2021). 295

apabila di toko belum ada barang yang diminta sehingga dia berusaha menyediakan barang tersebut melalui membeli barang tersebut di Shopee. Untuk memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen merasa puas belanja di saudara Handayani.

Ketiga faktor psikologis, yang menjadi pendorong dalam menggunakan Shopee adalah motivasi. Motivasi merupakan keinginan untuk bertindak, dalam hal ini tindakannya adalah pemuasan suatu kebutuhan. Jika seseorang di dorong dengan tingkat intensitas yang cukup, maka kebutuhan akan menjadi motivasi.

Hasil wawancara dengan saudara Fajria Khoirunnisa mengenai faktor yang mendorong dia menggunakan Shopee yaitu dikarenakan faktor psikologis. Analisisnya yang menjadi pendorong dia menggunakan Shopee yaitu adanya promo yang ditawarkan oleh Shopee. Sehingga adanya promo dan gratis pengiriman tersebut menjadi motivasi dia untuk melakukan belanja di Shopee, guna memenuhi keinginan atau kebutuhannya.

Sesuai dengan pendapat tokoh mengenai motivasi di balik munculnya kebutuhan, karena munculnya permintaan konsumen, sehingga kebutuhan tersebut mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan, dan motivasi lah yang mendasarinya.²⁵

Dari hasil analisis diatas kesimpulannya, faktor psikologis melalui motivasi dapat mendorong perilaku konsumtif masyarakat dalam melakukan pembelian di e-commerce Shopee.

2. Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Kedumulyo Menggunakan E-commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut pendapat para ahli pengertian konsumtif, perilaku konsumtif adalah sikap seorang yang melakukan pembelian yang tidak menggunakan pertimbangan rasional, tapi lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan, serta cenderung memenuhi kesenangan sendiri. Dalam ekonomi

²⁵ Etta Mmang Sangadji dan Sopiah, "Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis". (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013). 41

Islam menjelaskan seorang muslim mengkonsumsi lebih memikirkan masalah dari pada manfaat. Dalam Al-Qur'an dasar perilaku konsumtif bagi seseorang yaitu dalam surat Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan di antara keduanya secara wajar.”

Menurut Syatibi, masalah manusia ada tiga yaitu kebutuhan dharuriyyah, kebutuhan hajiyyah, dan kebutuhan tahsiniyyah.²⁶

Pertama perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shopee menurut kebutuhan dharuriyyah (primer), dharuriyyah adalah kebutuhan yang mendasar ataupun primer. kebutuhan ini harus segera dipenuhi sesuai pada kemampuan setiap seseorang. Seperti kebutuhan makanan, pakaian, perlengkapan kesehatan dan lain-lainnya.

Sesuai hasil wawancara peneliti dengan saudara Noerna Santi mengenai perilaku konsumtif yang dilakukan beliau menjelaskan, dia berbelanja di Shopee karena produk yang dibutuhkan ada di Shopee. Seperti barang bahan-bahan dapur, pakaian anak, dan susu buat anak, sehingga kebutuhan yang diperlukan saudara Noerna Santi tersebut membuat beliau melakukan belanja di Shopee.

Dari analisis diatas sesuai dengan penjelasan dalam jurnal tentang analisis pola konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam, yang menjelaskan kebutuhan dharuriyyah atau primer merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi, apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi akan dapat mengancam keberlangsungan hidup manusia.

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan, perilaku konsumtif yang dilakukan oleh ibu Noerna Santi dalam menggunakan Shopee yaitu untuk memenuhi kebutuhan primernya. Ibu Noerna Santi menggunakan Shopee karena di Shopee barang yang dia butuhkan tersedia di Shopee dengan harga relatif murah dibandingkan di toko offline dan dia juga tidak usah repot-repot keluar rumah untuk membeli barang

²⁶ Drs. Muhammad, Mag, “Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam”. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, (2004). 188

yang dibutuhkan. Sehingga dia lebih suka menggunakan Shopee untuk berbelanja kebutuhan primernya.

Kedua perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shopee menurut kebutuhan hajiyyah (sekunder), hajiyyah adalah kebutuhan sekunder yang dapat melengkapi dharuriyah.

Menurut pendapat Imamudin, terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat meningkatkan efektifitas, efisiensi dan nilai tambah bagi eksistensi manusia, apabila kebutuhan hajiyyah tidak tercukupi maka hal ini tidak mengancam keselamatan jiwa manusia, namun orang tersebut akan kesulitan dalam menyelesaikan aktivitasnya.²⁷

Sesuai hasil perolehan wawancara peneliti dengan informan yakni ibu Anik mengenai perilaku konsumtif yang dilakukan beliau dalam menggunakan Shopee yaitu, dia menggunakan e-commerce Shopee untuk berbelanja barang dia inginkan. Barang yang dibeli bukan termasuk barang primer, tetapi barang-barang sekunder untuk meningkatkan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun barang yang dibeli yaitu seperti, vitamin anak, kasur tidur, dan lampu rumah.

Dapat dianalisis dari penjelasan diatas, perilaku konsumtif yang dialami ibu Anik Kurniasih adalah seringnya belanja barang-barang yang tidak termasuk dalam kebutuhan primer, karena adanya keinginan membeli barang-barang untuk melengkapi kebutuhannya sesuai dengan apa yang diinginkan. Sehingga kebutuhan ini menunjukkan tingkat kebutuhan sekunder untuk menunjang dan menjadi pelengkap dari kebutuhan primer

Ketiga perilaku konsumtif masyarakat menurut kebutuhan tahsiniyah (tersier), menurut Abdul Wahhab Khallaf tahsiniyah ini merupakan kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan-kebutuhan dharuriyah dan hajiyyat terpenuhi, kebutuhan ini bisa dikatan kebutuhan pelengkap.²⁸ Adapun contoh kebutuhan tersier yaitu cemilan atau makanan yang sedang trend di masyarakat, baju atau hijab yang sedang trend

²⁷ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, (2002). 178

²⁸ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah, (2010). 25

di kalangan masyarakat, barang elektronik yang lebih canggih dibandingkan yang sudah dimiliki

Sebagaimana penjelasan ibu Fifin dalam wawancara dengan peneliti mengenai perilaku konsumtifnya dalam menggunakan e-commerce Shopee yaitu barang yang dibeli bukan termasuk kebutuhan pokok maupun sekunder, akan tetapi barang yang sedang trend di sekitar masyarakat. Seperti halnya alat dapur yang terbaru dengan harga yang murah, ada juga model hijab yang terbaru sehingga dia tertarik membeli barang tersebut walaupun sudah punya. Ada juga membeli barang yang diinginkan karena adanya diskon harga yang ditawarkan oleh Shopee.

Dari analisis diatas disimpulkan bahwa, perilaku konsumtif yang dialami ibu Fifin yaitu suka mengikuti trend barang yang ada di Shopee, dan berbelanja yang tidak termasuk dalam kebutuhan, hanya memenuhi keinginan dan trend saja. Sehingga sifat mengikuti trend tidak baik sesuai dengan teori dalam ekonomi Islam.

Etika konsumsi dalam ekonomi Islam dapat diartikan sikap mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang berlandaskan Alqur'an dan hadis dengan memperhatikan aturan syariat Islam itu sendiri.²⁹ Masyarakat Desa Kedumulyo yang menggunakan Shopee dalam mengkonsumsi barang-barang yang dibutuhkan dan diinginkan harus memperhatikan etika konsumsi menurut ekonomi Islam. Berdasarkan beberapa pendapat ahli, menyimpulkan bahwa ekonomi Islam menjelaskan ada 4 aspek utama konsumsi barang atau jasa, yaitu:

1. Memperhatikan prioritas dari kebutuhan

Pada dasarnya kebutuhan manusia dapat digolongkan menjadi tiga kelompok. Pertama, kebutuhan dasar, kedua barang atau jasa kesenangan, dan ketiga kebutuhan kemewahan. Prinsip utama ini dijelaskan dalam maqasid syariat yang dikenal dengan Dharuriyah, Hajjiya, dan Tashiniyah.³⁰ Menurut Muhammad Tarmizi dalam Mustafar dan Borhan (2013), ia menjelaskan bahwa etika konsumsi dalam Islam harus diukur dari kemampuan dalam memenuhi

²⁹ NurbaIti Ayi, "Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Jurnal Perbankan Syariah, (2022). 19

³⁰ Al-Qardhawi, Yusuf, Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani, (2021). 40

dan menjamin tiga kebutuhan pokok kehidupan manusia yaitu daruriyyah, hajiyah dan tahsiniyyah tergantung pada tingkat kebutuhan mereka. Menurut Mustafar dan Borhan, oleh Muhammad Tarmizi etika mengkonsumsi dalam Islam yaitu memenuhi dan menjamin terpenuhinya tiga kebutuhan dasar hidup manusia yaitu Dharuriyah, Hajiyah dan Tasiniyah sesuai dengan tingkatannya, kemampuan, serta kebutuhannya. Sesuai dengan hasil wawancara dengan masyarakat Kedumulyo, mengenai mengkonsumsi barang ataupun jasa dengan memperhatikan prioritas dan kebutuhan manusia yang dikelompokkan menjadi tiga kebutuhan pokok.

Kebutuhan dharuriyyah ini adalah kebutuhan manusia yang mutlak dan paling mendasar. Apabila keinginan dharuriyah ini tidak terpenuhi maka kehidupan seseorang dapat rusak dan menimbulkan kekacauan.

Dari hasil wawancara dengan saudara Noerna Santi, dia menggunakan Shopee untuk memenuhi kebutuhan primernya seperti membeli bahan-bahan makanan keluarga, pakaian anak, dan susu buat anak yang menurut saudara Santi barang-barang tersebut merupakan kebutuhan primernya. Sehingga etika konsumsi yang dilakukan saudara Noerna santi yaitu memprioritaskan kebutuhan dari pada keinginannya.

Kedua kebutuhan Hajiyah merupakan kebutuhan yang tidak ada kaitannya dengan kebutuhan dasar seseorang. Kalau tidak puas tidak akan mengganggu kehidupan masyarakat. Kebutuhan sekunder dapat digambarkan sebagai keinginan terhadap barang dan jasa untuk kesenangan. Dari hasil wawancara dengan ibu Anik, dia menggunakan Shopee untuk membeli produk-produk yang dia inginkan dan tidak termasuk dalam barang kebutuhan seperti Barang yang di beli di Shopee termasuk barang sekunder seperti lampu rumah yang bagus, kasur tidur yang bagus, dan barang-barang elektronik yang canggih. Sehingga etika konsumsi yang dilakukan ibu Anik yaitu mengkonsumsi barang-barang yang menjadi kebutuhan pelengkap dari kebutuhan primer.

Ketiga kebutuhan Tahsiniyyah adalah kebutuhan yang dapat membuat manusia menjadi lebih lengkap. Kebutuhan tersier dapat diartikan sebagai kebutuhan yang saling melengkapi yang timbul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Fifin, ibu Fifin menggunakan Shopee untuk membeli

barang keinginannya yang sedang trend di kalangan masyarakatnya. Seperti halnya alat dapur model terbaru, model hijab yang terbaru, dan cemilan makanan yang sedang trend di kalangan masyarakat. Sehingga dapat dianalisis etika konsumsi yang dilakukan oleh ibu Anik yaitu mengkonsumsi barang-barang yang menjadi kebutuhan kesenangan atau pelengkap setelah kebutuhan primer dan sekunder sudah terpenuhi.

2. Mengonsumsi produk yang halal

Islam dengan tegas dan jelas melarang orang beriman mengonsumsi bahan haram ketika melakukan aktivitas konsumen. Tujuan pelarangan ini adalah untuk melestarikan addaruriyah al-khamsa. Karena segala sesuatu yang kita konsumsi mengalir ke dalam darah dan tubuh kita dan pada akhirnya membentuk kepribadian seseorang. Jika mengonsumsi yang haram maka kepribadiannya menjadi keras, sebaliknya jika mengonsumsi halal maka kepribadiannya menjadi baik. Oleh karena itu, sebagai seorang muslim wajib mengonsumsi segala barang, jasa, dan lain-lain yang jelas Halalnya. Cara memperolehnya harus bebas dari riba, gharar, maishir, dan matinya segala sesuatu yang batil yang diharamkan oleh Allah. Yang dijelaskan dalam surat Al-baqarah ayat:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu” (QS.Al- Baqarah :168)

Sesuai hasil wawancara dengan informan-informan masyarakat desa Kedumulyo yang menggunakan Shopee, membeli barang-barang yang dibutuhkan merupakan barang yang halal. Dan di Shopee menjual barang-barang yang halal untuk digunakan, sehingga Shopee menjadi salah satu tempat belanja online yang dipilih oleh masyarakat.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan etika konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat desa Kedumulyo yaitu menggunakan Shopee untuk berbelanja barang-barang halal

yang dibutuhkan dan diinginkan. Karena dalam ekonomi Islam sudah dijelaskan etika mengonsumsi produk yang halal.

3. Memperhatikan Kualitas Konsumsi

Dalam Islam tidak hanya menekankan kehalalan produk dalam kegiatan konsumsi dan produksi, namun juga memperhatikan kualitasnya. Sifat-sifat yang disebutkan di sini adalah yang disebutkan Allah dalam Q.S AlBaqarah 168, yaitu Halal dan Toyib (baik). Kedua kata inilah yang menjadi ukuran kualitas konsumsi dalam Islam. Hal-hal seperti makan daging kambing yang halal namun bisa berdampak buruk padahal dilarang dalam Islam, bisa berbahaya jika dimakan oleh penderita darah tinggi. Oleh karena itu dilarang karena tidak baik bagi kesehatan. Ada juga beberapa hal yang baik namun tidak halal, misalnya meminjamkan properti kepada masyarakat namun menggunakan rentenir. Kegiatannya baik, namun perbuatannya salah, sehingga ada riba dan haram. Standar mutu Islam Halalan Toyyiban merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Sesuai hasil observasi dengan masyarakat desa Kedumulyo, mereka menggunakan Shopee untuk berbelanja dengan memperhatikan barang yang dibeli halal dan baik untuk digunakan. Sehingga konsumen yang memperhatikan kualitas dalam konsumsinya akan lebih nyaman dan senang dalam melakukan berbelanja di e-commerce Shopee.

4. Mengutamakan Masalah

Jika konsep ekonomi tradisional menyatakan bahwa tujuan konsumsi adalah untuk memaksimalkan kepuasan, maka hal ini diartikan sebagai pemuasan kebutuhan fisik. Dalam konsep ekonomi Islam kurang mementingkan kepuasan, dibandingkan dengan masalah, yang lebih fokus pada kebutuhan material dan spiritual. Oleh karena itu, kepuasan konsumen muslim tidak diukur dari jumlah produk yang mereka konsumsi, namun dari seberapa besar nilai ibadah yang dapat mereka ciptakan melalui aktivitas konsumsinya.³¹

Masalah adalah tujuan-tujuan yang tertuang dari maqasid syariah yaitu mendatangkan manfaat dan menolak atau menghilangkan mafsadah (kerusakan/kerugian). Dalam

³¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. (Jakarta:Rajawali Pers, 2014). 97.

aspek konsumsi, masalah adalah output yang sangat penting agar terciptanya hubungan yang baik antara sesama individu atau masyarakat. Hal ini berdasarkan kepada kalam Allah: Masalah adalah tujuan yang berasal dari hukum syariah, yaitu memaksimalkan manfaat dan meminimalkan atau menghilangkan mafsadah (kerusakan/kerugian). Dari segi konsumsi, masalah merupakan faktor yang sangat penting untuk menjamin adanya kerjasama interpersonal atau kemasyarakatan yang baik. Ini berdasarkan Q.S Al-Qasas ayat.77 yaitu:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan” (Q.S.Al-Qasas : 77)

Dari ayat di atas, terdapat empat perintah Allah mengenai kegiatan muamalah, yaitu: Pertama, perintah agar setiap orang berusaha mencapai kebahagiaan di akhirat, apapun kehidupannya di dunia. Kedua, manusia tidak boleh lupa bahwa seluruh kesenangan di dunia itu bersifat sementara, dan semua tindakan di dunia membawa tanggung jawab. Ketiga, perintah agar manusia saling tolong-menolong, karena Allah menolong manusia dalam segala kenikmatan dunia yang diberikan kepadanya, keempat, perintah untuk tidak menimbulkan kekacauan dan kerusakan di muka bumi setelah Allah memberikan segalanya kepada manusia. Penjelasan Moh Yusof dalam Mustafar dan Borhan bahwa barang halal dan jasa berkualitas tinggi belum tentu memberikan mashlahah bagi penggunaannya, serta lingkungan di mana barang tersebut digunakan. Oleh karena itu, tujuan

konsumsi dalam Islam bukan sekedar menghormati lingkungan atau kelompok sosial, namun juga diri sendiri.³²

Sesuai hasil wawancara dengan saudara Handayani, dia menggunakan Shopee untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh orang lain, adapun yang diperlukan yaitu alat-alat tulis yang dijual oleh saudara Yani. Saudara Yani menggunakan Shopee untuk membeli barang yang diminta oleh konsumennya agar di toko saudara Yani terdapat barang yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan etika konsumsi yang dilakukan oleh saudara Yani yaitu mengutamakan masalah. Dalam hal ini yaitu mengutamakan permintaan konsumennya dalam membeli alat-alat tulis yang dijual nya di toko. Dengan demikian tujuan dari konsumsi menurut islam tidak hanya memikirkan kepuasan sendiri melainkan memperhatikan juga lingkungan sosialnya.

Dari hasil observasi peneliti pada masyarakat desa Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shopee dalam perspektif ekonomi Islam ada tiga kebutuhan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Kedumulyo dalam menggunakan e-commerce Shopee. Dari ketiga kebutuhan yang sudah di jelaskan diatas, 7 dari 10 informan yang sudah diwawancarai oleh peneliti menjelaskan perilaku konsumtif yang mereka alami dalam menggunakan e-commerce Shopee dikarenakan adanya kebutuhan tersier yang dipengaruhi oleh keinginan dalam membeli suatu barang untuk memenuhi keinginan dan kepuasan dalam diri sendiri.

3. Analisis Dampak Penggunaan E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Kedumulyo Dalam Ekonomi Islam

Dalam penggunaan e-commerce Shopee ada dampak yang dialami oleh masyarakat yang menggunakannya dalam berbelanja, adapun dampaknya ada dua jenis yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan 10 informan dari masyarakat desa Kedumulyo dampak

³² Mustafar, Mohd Zaid, dan Joni Tamkin Borhan. Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective. Middle-East Journal of Scintific Research, 2013. 18.

penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo dalam ekonomi Islam yaitu ada dampak positif dan dampak negatif.

Adapun dampak positif dalam penggunaan Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat di desa Kedumulyo ada dua yaitu memberikan kepuasan bagi konsumen dan meningkatkan perputaran roda perekonomian

Pertama untuk menjamin kepuasan konsumen, pembeli terlebih dahulu melakukan aktivitas berbelanja dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Menurut Nugroho, kepuasan yang diberikan kepada konsumen adalah agar dapat meningkatkan intensitas pembeliannya. Kepuasan berasal dari segala kewajiban yang berhubungan dengan konsumen. Oleh karena itu, mereka akan membeli barang yang mereka inginkan untuk mendapatkan hasil terbaik.³³

Sesuai hasil wawancara dengan ibu Syafa'atun mengenai dampak dalam penggunaan e-commerce Shopee, pernyataan yang dikatakan yaitu dampak positifnya merasa puas dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan harga yang murah dikantong, banyak promo-promo yang ditawarkan, dan memudahkan pembeli dalam berbelanja di Shopee.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan yaitu dampak penggunaan e-commerce Shopee pada masyarakat desa Kedumulyo yaitu dapat memberikan kepuasan pada konsumen saat menggunakan Shopee. Sesuai dalam teori ekonomi Islam, kepuasan individu dinamakan nilai guna. Jika nilai gunanya juga tinggi maka kepuasan terhadap suatu barang itupun akan tinggi. Begitu pula dengan menurunnya kepuasan dalam barang, maka semakin turun juga nilai gunanya.

Yang kedua, meningkatkan perputaran roda dalam perekonomian. Dalam hal tersebut, perilaku konsumtif yang dialami dapat menyebabkan berputarnya pendapatan dan modal akan lebih cepat serta lebih besar. Sehingga dapat

³³ “Nugroho dan Dwi Mulyono, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal OE Vol 7, No 2 Juli 2015”

memunculkan perilaku dalam membeli suatu produk untuk dijual kembali.³⁴

Sesuai dengan hasil wawancara dengan saudara Handayani tentang dampak penggunaan Shopee dalam perilaku konsumtifnya. Saudara Handayani menggunakan Shopee untuk berbelanja kebutuhan berjualan macam-macam alat tulis dirumah. Menurut penjelasan saudara Handayani Shopee membantu dia dalam menemukan barang yang dia butuhkan untuk dijual kembali, dengan melalui Shopee beliau mendapatkan keuntungan dalam berjualan alat tulis dirumah, karena harga barang yang ada di Shopee lebih murah sehingga bisa dijual lagi dengan harga yang sudah ditentukan.

Dari hasil analisis pembahasan diatas dapat disimpulkan adanya dampak peningkatan perputaran roda perekonomian dalam perilaku konsumtif pada masyarakat desa Kedumulyo terhadap penggunaan Shopee. Karena dengan adanya Shopee dapat meningkatkan roda perekonomian masyarakat melalui pembelian produk yang akan dijual kembali dengan harga yang murah dan menjadikan masyarakat berperilaku konsumtif dalam menggunakan Shopee.

Adapula dampak negatif dari penggunaan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat di desa Kedumulyo dalam ekonomi Islam yaitu terjadinya sikap pemborosan dan gaya hidup yang berlebihan.

Pertama dampak negatif yaitu terjadinya sikap pemborosan, dalam penggunaan Shopee yang dilakukan oleh masyarakat menimbulkan perilaku konsumtif dalam membeli barang-barang yang ada di Shopee. Adanya perilaku membeli barang-barang yang tidak diperlukan atau dibutuhkan menimbulkan sikap pemborosan pada seseorang.

Menurut pendapat Rofiq Yunus al-Mashri menjelaskan boros merupakan membelanjaka harta yang banyak dan melampaui batas kewajaran dalam berbelanja.³⁵

Hasil wawancara dengan ibu Siti Auliya Rahma menjelaskan dampak yang dia alami dalam berbelanja di

³⁴ Susilawati dan Dewi Apriyani Fr, "Dampak Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Akses Situs Online Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Pancaksakti Tegal)". Jurnal STIE SEMARANG, (2017). 100

³⁵ "Dr, Rafiq Yunus Al-Mashri. Fiqhu al Mua'malat al-Maliyah. Damaskus: Dar el-Qalam, (2012). 106

Shopee yaitu menjadi boros dalam berbelanja. Beliau mengatakan sulit untuk menahan diri melihat adanya promo-promo barang yang ada di Shopee sehingga beliau selalu membeli barang-barang yang sedang promo, walaupun barang tersebut belum tentu dibutuhkan.

Selain itu hasil wawancara dengan ibu Anik Kurniasih tentang dampak perilaku konsumtif yang dia alami yaitu perilaku yang dialami yaitu seringnya belanja barang-barang di Shopee yang tidak terlalu dia butuhkan. Karena keinginan dan ketertarikan dari iklan di Shopee membuat dia belanja barang-barang yang tidak sedang dia butuhkan, sehingga timbul sikap boros dalam pengeluaran dalam melakukan belanja di Shopee.

Sesuai dengan Raghīb al-Isfahani mengatakan pemborosan adalah segala perbuatan dan amalan yang dilakukan Menurut Raghīb al-Isfahani, pemborosan adalah setiap kegiatan manusia yang dilakukan ketika melakukan kegiatan pembelian atau menggunakan jasa oleh manusia yang keluar dari batas, dan dilakukan secara berlebihan. Oleh karena itu, dapat dikatakan israf adalah segala bentuk perbuatan yang sia-sia, berlebihan, dan keluar dari batasan yang wajar, baik dalam kualitas maupun kuantitasnya. Dalam surat al Araf ayat 31 tentang sikap boros yaitu:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Dalam ayat ini, mendorong orang dalam berbelanja guna memakai hal-hal yang positif serta bermanfaat dan melarang kegiatan yang menunjukkan sifat pemborosan, dan berlebih-lebihan.³⁶

Dari hasil analisis diatas, sikap boros dapat muncul dalam perilaku konsumtif masyarakat desa Kedumulyo disebabkan terlalu sering memenuhi keinginan dalam berbelanja yang tidak dibutuhkan, dan tidak bisa mengatur

³⁶ Assobar, *Al-Kitabul Akbar Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta Timur: Akbar Media), hlm 122.

dalam pengeluaran keuangan hanya untuk memenuhi keinginan membeli barang-barang yang tidak sedang dibutuhkan

Kedua dampak negatif yaitu terjadinya gaya hidup berlebihan, dalam penggunaan Shopee yang dilakukan oleh masyarakat menimbulkan perilaku konsumtif dalam membeli barang-barang yang ada di Shopee.

Gaya hidup bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup yang berlebihan terjadi karena terlalu mengikuti keinginan diri sendiri dan terlalu mengikuti perkembangan teknologi dalam hal berbelanja. Dari hasil wawancara peneliti dengan masyarakat desa Kedumulyo yang termasuk gaya hidup yang berlebihan yaitu mengikuti trend atau suatu hal yang baru dalam masyarakat.

Sesuai hasil wawancara dengan informan yakni ibu Fifin Khafidhatul rentang dampak perilaku konsumtif yang dialami dalam menggunakan e-commerce Shopee. Dalam penjelesannya dia berbelanja di Shopee karena keinginannya membeli barang-barang di Shope bukan karena kebutuhan. Dia membeli barang di Shopee karena adanya produk terbaru atau yang sedang trend di kalangan masyarakat sekitar. Sehingga setiap ada produk baru atau sedang trend di kalangan masyarakat dia akan membeli barang baru tersebut di Shopee.

Dari hasil analisis diatas, sesuai dengan pembahasan artikel oleh Dewi Apriyani mengenai gaya hidup yang berlebihan menjadi dampak negatif dalam perilaku konsumtif masyarakat terhadap penggunaan e-commerce Shopee.³⁷ Gaya hidup yang berlebihan tidak baik dalam perilaku konsumtif masyarakat, karena gaya hidup akan terus menerus mengalami perubahan dan perkembangan seiring perjalanannya waktu. Dalam ekonomi Islam sendiri melarang seseorang berlebihan dalam bergaya hidup dan berlebihan menggunakan uangnya untuk membeli kebutuhan yang tidak terlalu penting.

³⁷ Susilawati dan Dewi Apriyani Fr, "Dampak Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Akses Situs Online Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Pancaksakti Tegal)". Jurnal STIE SEMARANG, (2017). 102-104