
**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNSERA
FAKULTAS FSIP PADA PENGGUNAAN E-COMMERCE
DALAM PERSPEKTIF MAQASHID AL-SYARIAH**

Ikhsanudin

Universitas Serang Raya

e-mail: ikhsanudin@unsera.ac.id

Accepted: 4/12/2025; **Published:** 7/12/2025

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan e-commerce di kalangan mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku mahasiswa dalam berbelanja melalui e-commerce serta kesesuaiannya dengan prinsip maqashid al-syariah, yang meliputi pemeliharaan agama (hifz al-din), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-‘aql), keturunan (hifz al-nasl), harta (hifz al-mal), dan lingkungan (hifz al-bi’ah). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, serta teknik purposive sampling terhadap 7 mahasiswa Fakultas FSIP Universitas Serang Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya menerapkan prinsip maqashid al-syariah dalam penggunaan e-commerce, sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Dalam prinsip keagamaan perlindungan, diketahui tidak semua mahasiswa membeli barang dengan tujuan beribadah, dalam prinsip melestarikan akal, mahasiswa tidak dapat menentukan prioritas dengan tepat dari barang yang akan dibeli. Berdasarkan prinsip kepedulian spiritual, mahasiswa tidak bisa menahan nafsu untuk membeli barang yang sesuai dengan kegunaannya, dengan prinsip yang keturunan pelajar belum mampu menabung untuk masa depan. Di prinsip aset, mahasiswa kedapatan menggunakan fitur bayar nanti (paylater). Sedangkan di prinsip menjaga lingkungan, siswa tetap memerlukan pendidikan di bidang tersebut sistem daur ulang barang yang telah dibeli.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, E-commerce, Maqashid Al-Syariah.

ABSTRACT

This study was motivated by the increasing use of e-commerce among college students. The objective of this study is to analyze students' shopping behavior via e-commerce and its alignment with the principles of maqashid al-shariah, which include the preservation of religion (hifz al-din), life (hifz al-nafs), intellect (hifz al-‘aql), lineage (hifz al-nasl), wealth (hifz al-mal), and the environment (hifz al-bi’ah). This study employs a qualitative approach using the phenomenological method, along with purposive sampling, targeting 7 students from the Faculty of Social and Political Sciences (FSIP) at Serang Raya University. The results indicate that students have not fully applied the principles of maqashid al-sharia in their use of e-commerce, leading them to exhibit consumptive behavior. Regarding the religious principle of protection, it was found that not all students purchase goods for the purpose of worship; regarding the principle of preserving reason, students are unable to accurately prioritize the goods they intend to purchase. Based on the principle of spiritual care, students cannot resist the urge to purchase goods that align with their intended use; regarding the principle of inheritance, students have not yet been able to save for the future. Under the principle of asset management, students were found to use “pay later” features. Meanwhile, regarding the principle of environmental preservation, students still require education in this area, particularly regarding the recycling of purchased goods.

Keywords: Consumer Behavior, E-commerce, Maqashid al-Sharia.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumsi adalah perilaku yang dibutuhkan oleh setiap manusia, karena konsumsi adalah perilaku untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi merupakan tindakan menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia (Tambunan, 2001). Para ilmuwan dunia, seperti Maslow dan Alfred Marshal mengklasifikasikan kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya mencakup kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Jauh sebelum teori-teori tersebut berkembang cendekiawan muslim sudah mengklasifikasikan kebutuhan manusia dalam *maqashid al-syariah*. Prinsip-prinsip *maqashid al-syariah* berdasarkan skala prioritas untuk kemaslahatan umat islam setidaknya dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu *al-dharuriyah*, *al-hajiyah*, *al-tahsiniah* (Nasrullah, 2023).

Dalam konsep kebutuhan, manusia harus bisa memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan primernya, akan tetapi berbagai tuntutan dan faktor lain membuat manusia justru memprioritaskan apa yang bukan menjadi kebutuhan primernya. Hal tersebut yang membuat perubahan perilaku dari perilaku konsumsi menjadi perilaku konsumtif. Perilaku konsumsi adalah upaya seseorang untuk mendapat barang dan jasa sesuai kebutuhannya sedangkan perilaku konsumtif upaya mendapatkan barang atau jasa karena faktor keinginan semata dan kegagalan mengontrol hawa nafsu. Seperti pada penelitian "*Social Influence and Consumer Behavior*" didapatkan perilaku konsumtif didorong oleh faktor emosional, sosial, lingkungan, iklan, tekanan sosial bahkan pencarian status sosial (Dahl, 2013).

Perkembangan zaman memudahkan manusia untuk berperilaku konsumtif. Kemajuan teknologi seperti *e-commerce* memudahkan manusia untuk memperoleh barang yang mereka inginkan. *E-commerce* adalah media untuk transaksi jual beli secara online (Widagdo, 2024). Manusia dapat melihat barang yang mereka inginkan kapan pun dan di mana pun bahkan tanpa beranjak dari tempat tinggal mereka. Kemudahan media jual beli akan berdampak negatif jika manusia tidak dapat mengambil keputusan yang bijak untuk membeli barang sesuai kebutuhan (Nasution, 2018).

Fenomena perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa antara lain berdasarkan survey mereka rela menghabiskan uang untuk kecantikan (Kumampung & Dewi, 2020), mereka mengedepankan *style* atau gaya hidup demi diterima dalam pergaulan, seperti memaksakan membeli Iphone yang harganya lebih mahal (Kabar Samarinda, 2024). Bahkan untuk memperoleh barang-barang yang mahal tanpa kesediaan uang yang cukup, banyak dari mereka yang menggunakan fitur *paylater*, tidak dipungkiri. kecanggihan teknologi saat ini membuat mereka melakukan *impulsive buying* (Feirisa, 2023). Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa bisa disimpulkan pada empat aspek. Pertama, mahasiswa ingin menjadi *trend center* di kampus. Kedua, kebanggaan menggunakan barang-barang mewah. Ketiga, mengikuti perkembangan zaman. Keempat, ingin menarik perhatian orang lain (Kurniawan, 2017).

Beberapa penelitian terdahulu menerangkan bahwa mahasiswa merasa puas mengonsumsi barang yang bukan kebutuhan *dhururiyat*, seperti membeli perlengkapan K-Pop meski perilaku tersebut negatif dari sisi *maqashid al-syariah* (Kaharidoni & Anggraini, 2022). Penelitian lain menunjukkan perilaku berlebihan mahasiswa dalam mengonsumsi dipengaruhi oleh perkembangan *fintech* (Halimah et al., 2022).

Pemahaman mengenai konsep konsumtif dalam Islam perlu ditekankan pada mahasiswa. *Maqashid al-syariah* sebagai konsep pengelolaan kehidupan manusia agar lebih bermaslahat diharapkan dapat memberikan pemahaman terhadap mahasiswa sehingga dapat bijaksana dalam pengambilan keputusan terutama dalam perilaku konsumsi. Penekanan literasi tentang *maqasid al-syariah* diharapkan dapat berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa, seperti dalam penelitian Pulungan & Febriaty (2018) yang menyatakan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Pulungan & Febriaty, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang bersifat untuk memahami makna, keunikan, mengonstruktif fenomena dan menemukan hipotesis (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yaitu penelitian dengan mendeskripsikan pengalaman subjektif individu mengenai suatu fenomena tertentu. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana individu mengalami suatu peristiwa, objek, atau situasi, dan mencoba menggali makna dari pengalaman tersebut dari perspektif orang yang mengalami (Creswell & Poth, 2016). Teknik pengambilan data penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer diambil secara langsung melalui observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder diambil dari buku literatur dan jurnal ilmiah. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan *setting* yang dipelajari dan mencari makna dari kejadian yang dilihat. Wawancara yang digunakan adalah wawancara dengan pedoman terstandar yang terbuka, sehingga pertanyaan wawancara akan sama pada setiap responden yang berbeda-beda sedangkan dokumentasi yang dilakukan penulis adalah dengan menganalisis dokumen atau literatur yang sesuai dengan topik penelitian (Poerwandari, 2007). Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini digunakan ketika peneliti memiliki kriteria atau karakteristik khusus yang ingin dipenuhi oleh sampel yang dipilih (Sugiyono, 2016). Ada tiga kriteria penentuan sampel yang digunakan. Pertama, mahasiswa yang memperoleh uang saku dengan berusaha/bekerja sendiri. Kedua, mahasiswa yang memperoleh uang saku dari orang tua. Ketiga, pendapatan orang tua di bawah lima juta. Dari ketiga kriteria ini, didapatkan 7 mahasiswa sebagai sampel pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sebuah kebiasaan dengan mengonsumsi barang atau jasa yang tidak berdasarkan kebutuhan primer. Perilaku ini biasanya didasari oleh hawa nafsu atau dorongan emosional. Pembelian atas barang dan jasa yang berlebihan menjadi ciri khas perilaku ini. Menurut penelitian Yulianto & Yulianti (2014), perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan yang sebenarnya (Yulianto & Yulianti, 2014). Sedangkan menurut Handayani (2017), perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli atau menggunakan barang dan jasa secara terus menerus tanpa didasarkan kebutuhan fungsional (Handayani, 2017).

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif manusia, dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal contohnya perilaku konsumtif yang disebabkan faktor psikologis, seperti stres sehingga mendorong keinginan untuk memuaskan emosional dengan membeli banyak barang. Faktor eksternal contohnya membeli barang atau jasa karena terpengaruh oleh iklan yang menggiurkan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Pertama, pengaruh iklan dan media sosial, visual iklan yang menampilkan gaya hidup mewah dan janji-janji produk mendorong seseorang khususnya usia muda untuk membeli barang yang seharusnya tidak mereka butuhkan (Suryani, 2020). Kedua, faktor psikologis, seperti stress, butuh pengakuan sosial, dan kurangnya kontrol diri menyebabkan seseorang membutuhkan kepuasan secara emosional sementara, meskipun tidak memberikan manfaat jangka panjang (Rahmawati, 2019). Ketiga, budaya dan gaya hidup masyarakat urban cenderung mengutamakan penampilan dan status sosial, masyarakat urban membutuhkan simbol prestise dan kesuksean dengan menggunakan barang-barang bermerek (Wijaya, 2018).

Perilaku konsumtif merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh banyak faktor dan memiliki dampak yang signifikan bagi individu dan masyarakat. Perilaku tersebut perlu diatasi dengan nyata dengan pendekatan-pendekatan yang melibatkan agama, pendidikan, kesadaran diri dan kontrol diri. Al-Quran mendidik manusia untuk bisa kontrol diri dalam perilaku konsumtif, terdapat pada Q.S Al-Isra ayat 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S Al-Isra’ ayat 27).

Allah juga melarang manusia untuk berlaku sombong ketika seseorang memiliki niatan untuk berperilaku konsumtif demi gaya dan pengakuan social, sebaiknya seorang muslim dapat menahan dirinya, terdapat dalam Q.S Luqman ayat 18:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya: “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri”.

Kedua ayat tersebut seharusnya sudah dapat menyadarkan manusia bahaya berperilaku konsumtif, manusia harus dapat mengklasifikasikan mana kebutuhan primer, sekunder dan tersiernya dan tentunya selalu memprioritaskan kebutuhan primernya. Mengoreksi niat ketika membeli barang menjadi penting jangan sampai niat menjerumuskan ke dalam perilaku maksiat seperti untuk pamer.

Berdasarkan data penelitian, mahasiswa melakukan perilaku konsumtif untuk membeli barang-barang dengan urutan barang yang banyak dibeli di platform jual beli digital (*e-commerce*) adalah *fashion* alat *make up* seperti *skincare*, *gadget* atau alat elektronik, dan peralatan belajar. *Fashion* menjadi barang yang banyak dibeli mahasiswa dalam penelitian ini dipengaruhi banyaknya responden penelitian ini bergender perempuan, yaitu sekitar 68%.

Pengeluaran rata-rata mahasiswa untuk membeli satu buah produk dikisaran harga seratus ribu dengan kuantitas belanja online setiap bulannya rata-rata adalah tiga kali. Mengingat mahasiswa masih merupakan tanggungan orang tua dan belum bekerja, walaupun ada sebagian juga yang sudah bekerja, sumber dana mereka masih berasal dari orang tua dengan kisaran uang jajan mahasiswa selama sebulan rata-rata adalah 300 ribu dan penghasilan orang tua di bawah 5 juta. Dari sini dapat dipahami bahwa mahasiswa bisa menghabiskan 50% dari uang jajannya untuk berbelanja kebutuhan tersier, seperti belanja *fashion*. Padahal jika mengingat penghasilan orang tua yang tergolong menengah ke bawah seharusnya mahasiswa dapat lebih menahan diri untuk tidak sering berbelanja *fashion*, dan lebih memprioritaskan untuk tabungan pembayaran UKT sehingga meringankan beban orang tua.

E-Commerce

E-commerce didefinisikan sebagai media untuk transaksi bisnis dengan menggunakan internet atau web. *E-commerce* mencakup komponen-komponen seperti *online retailing* (penjualan ritel daring), *electronic markets* (pasar elektronik), dan *online auctions* (lelang daring). *E-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, penggunaanya cenderung mudah sehingga dari setiap kalangan dapat menggunakannya. Orang dewasa, remaja dengan mudah mengakses *e-commerce* karena tersedia di *smartphone* mereka. Berbagai *e-commerce* terkenal di masyarakat Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dan tiktok shop.

Survei yang dilakukan oleh Populix menunjukkan bahwa *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh generasi Z dan Milenial di tahun 2023 adalah Shopee, dan yang ke dua adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. Perusahaan tersebut berbasis di Jakarta. Tokopedia didirikan dengan visi untuk mendorong pemerataan ekonomi secara digital di Indonesia. Tokopedia menciptakan platform yang memungkinkan semua orang untuk memulai dan mengelola bisnis secara digital. Sedangkan Shopee didirikan pada tahun 2015 oleh Forres Li. Perusahaan ini berbasis di Singapura dengan operasi di bagian Asia Tenggara dan Taiwan. Tujuan perusahaan ini adalah ingin menciptakan platform *e-commerce* yang berfokus pada *mobile-first* dan *social first*, menyediakan pengalaman belanja yang mudah dan menyenangkan melalui aplikasi mobile.

Pada penelitian tersebut didapat bahwa paling banyak mahasiswa menggunakan *ecommerce* Shopee sebanyak 75%, selanjutnya Tiktok 15,5%, Tokopedia 4,3% dan *e-commerce* lainnya 4,3%. Penggunaan *e-commerce* Shopee menjadi yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa fakultas FSIP (fakultas studi islam dan pendidikan).

Perspektif *Maqashid Al-Syariah*

Definisi dari *maqashid al-syariah* dalam konteks epistemologi, menurut Nurnazli adalah manusia dapat merasakan manfaat yang ditunjukkan oleh hukum-hukum yang ditetapkan. Merasakan manfaat dalam konteks ini adalah manusia mengambil manfaat dari hukum-hukum yang ditetapkan oleh Allah, karena Allah menetapkan hukum memang untuk kepentingan umatnya. *Maqashid al-syariah* merupakan salah satu metodologi yang banyak digunakan karena cukup signifikan menjadi metodologi hukum Islam. Esensi dari *maqashid al-syariah* adalah mewujudkan kebaikan dan menghindari keburukan, mengambil manfaat dan menghilangkan kemadaratan. Sejarah teori *maqashid al-syariah* pertama kali dikenalkan oleh Abdul Malik al-Juwaini lalu kemudian diikuti oleh al-Ghazali dan al-Syathibi. Teori *maqashid al-syariah* sebelumnya dikenal dengan teori *al-mashalih al-ammah* yang berarti prinsip kepentingan umum, lalu berkembang dengan konsep *al-maslahah al-mursalah* yang merujuk pada penjelasan tentang *maqashid*. Imam Syathibi menjadi tokoh yang paling terkenal dalam pengkajian teori *maqashid al-syariah*.

Maqashid al-syariah berdasarkan tingkatan prioritasnya terbagi menjadi kategori. Pertama, *al-maqashid al-dharuriyyah* yang menunjukkan bahwa tujuan syariat-syariatnya sangat fundamental atau wajib sekali untuk dipenuhi. Kedua, *al-maqashid al-hajiyyah* yaitu tujuan syariat diperlukan untuk menghindari kesulitan tetapi tidak sampai mengancam kehidupan. Ketiga, *al-maqashid al-tahsiniyyah* yaitu tujuannya dalam rangka kebaikan, keindahan dan moralitas. Dalam teori konsumsi, kategori yang wajib dipenuhi adalah kebutuhan primer manusia yang mencakup makanan, pakaian, dan tempat tinggal.

Hasil penelitian menunjukkan paling banyak mahasiswa menggunakan *e-commerce* untuk membeli kebutuhan di bidang *fashion* atau pakaian dan perlengkapan kecantikan. Kebanyakan mahasiswa beralasan pakaian menjadi kebutuhan sehari-hari, tetapi setelah digali lebih dalam ada yang berpendapat karena pakaian sudah lusuh, rusak, mengecil hingga kebutuhan penunjang kuliah, yaitu melengkapi koleksi bajunya. Alasan pakaian sudah lusuh, rusak dan mengecil dapat menjadi dasar bahwa mahasiswa memang perlu mengonsumsi barang tersebut, tetapi sifatnya tidak darurat karena masih ada baju yang bisa dipakai meski tidak bagus, tetapi alasan untuk menunjang penampilan kuliah dengan beragam koleksi bajunya menjadi alasan yang tidak wajib dipenuhi.

Barang kedua yang paling banyak dibeli mahasiswa adalah produk *skincare*. Tidak dipungkiri usia mahasiswa adalah usia di mana mereka mulai mengerti tentang penampilan. Ditambah faktor-faktor eksternal dari media sosial yang membuat mereka ingin tampil dengan baik. Pembelian produk *skincare* sebagai upaya merawat kulit dengan baik dapat dikategorikan

sebagai kebutuhan tidak mendesak karena tidak mengancam kehidupan. Upaya pencegahan dari sinar matahari menjadi salah satu alasan mahasiswa membeli produk tersebut.

Pembelian produk *fashion* dan *skincare* ini menjadi wajar jika sesuai dengan kebutuhan dan jumlah uang saku mahasiswa. Akan tetapi menurut wawancara dengan mahasiswa, ada beberapa mahasiswa yang memaksakan kehendak untuk membeli produk tersebut meski uang mereka tidak cukup. Mereka menggunakan aplikasi pinjaman online untuk membeli produk tersebut, seperti *Shopee Paylater*. Setelah dianalisis fitur hutang yang terdapat dalam *e-commerce* tidak memenuhi standar utang piutang yang ditetapkan secara syariah. Sebagai contoh *Shopee Paylater* di dalamnya menawarkan pinjaman awal 0% tanpa minimal transaksi dengan tenor 30 hari. Akan tetapi pinjaman tersebut memiliki besaran Bunga 0% sampai 2,95% per bulannya jika peminjam membayar melewati batas tenor. Bunga di sinilah yang menyebabkan *Shopee Paylater* melakukan riba. Penggunaan pinjaman online sebagai alat untuk membeli kebutuhan yang tidak mendesak menjadi temuan penting dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan 2 mahasiswa dari 7 responden mengaku pernah menggunakan fitur *paylater* untuk berbelanja di *e-commerce*, adapun barang yang mereka beli seperti sepatu, baju, parfum, *skincare*, dan barang lainnya. Setelah dianalisis barang-barang tersebut bukan kebutuhan primer kehidupan dan bukan kebutuhan mendesak perkuliahan.

Mahasiswa dengan uang saku yang terbatas seharusnya bisa memprioritaskan kebutuhan fundamental perkuliahan, seperti anggaran untuk biaya kuliah, buku, kos-kosan, atau tempat tinggal, dan biaya bensin untuk setiap kuliah, karena kebanyakan dari mereka memilih untuk kuliah pulang pergi. Meskipun semua kebutuhan mereka sudah diatur oleh orang tua, namun ada baiknya mahasiswa menyiapkan anggaran darurat jika sewaktu-waktu memerlukan biaya darurat yang berkaitan dengan perkuliahan agar tidak merepotkan orang tua.

Maqashid al-syariah memiliki enam prinsip, yaitu pemeliharaan agama (*hifz al-din*), pemeliharaan jiwa (*hifz al-nafs*), pemeliharaan akal (*hifz al-'aql*), pemeliharaan keturunan (*hifz al-nasl*), pemeliharaan harta (*hifz al-mal*), dan pemeliharaan lingkungan (*hifz al-biah*). Pemeliharaan lingkungan mulai ditambahkan oleh beberapa cendekiawan muslim modern mengingat harus ada upaya pelestarian lingkungan mengingat manusia merupakan khalifah di muka bumi ini. Perilaku konsumtif mahasiswa harus disandarkan kepada prinsip-prinsip *maqashid al-syariah* tersebut. Pertama, prinsip pemeliharaan agama (*hifz al-din*). Prinsip ini merupakan landasan seseorang untuk beragama sesuai pedoman ajaran agama. Perilaku konsumtif harus mengedepankan pemeliharaan agama. Barang yang dibeli diharapkan dapat menunjang perilaku keberagamaan mahasiswa, seperti jika membeli produk *fashion* itu untuk kepentingan menutup aurat seperti yang diajarkan agama. Meluruskan niat membeli barang untuk penunjang beribadah kepada Allah, menghilangkan niat-niat buruk yang bisa merusak ibadah, seperti *flexing* atau perilaku pamer. Sehingga jika mahasiswa beralasan membeli produk untuk penunjang penampilannya lebih rapih sesuai apa yang disyariatkan agama itu menjadi boleh, akan tetapi jika hanya sebatas pamer penampilan yang membawa pada perilaku riya itu harus dihindari.

Kedua, prinsip pemeliharaan jiwa (*hifz al-nafs*). Prinsip ini mengacu pada tanggung jawab moral seseorang. Penjagaan terhadap integritas diri agar tidak terjerumus pada perilaku yang merusak moral harus tegas dijaga. Pada prinsip ini perilaku konsumtif mahasiswa yang dapat membuat moralnya berperilaku menyimpang, seperti sombong, haus pujian, dan boros harus dihindari. Pembelian produk-produk yang diniatkan untuk berperilaku seperti itu menjadi tidak boleh, seperti dari hasil wawancara, salah satu mahasiswa membeli produk *fashion* bukan karena kebutuhan tetapi kepuasan diri.

Ketiga, prinsip pemeliharaan akal (*hifz al-'aql*). Prinsip ini berfokus pada penjagaan integritas akal manusia. Dengan prinsip ini mahasiswa menjaga kejernihan berfikirnya, faktor faktor yang mempengaruhi hawa nafsu untuk bersikap boros harus disikapi dengan bijak. Kemampuan berpikir kritis mahasiswa harus sampai menghasilkan keputusan-keputusan bijak yang membawa kepada hal positif. Pemilihan barang yang akan dibeli harus berdasarkan

kebermanfaatan yang dapat membawa mahasiswa untuk menunjang pendidikannya. Fokus utama mahasiswa berdasarkan upaya peningkatan ilmu, adapun peningkatan penampilan itu hanya penunjang. Hasil wawancara menunjukkan lebih banyak mahasiswa lebih memilih membeli belanja produk *fashion* dari pada produk penunjang kuliah seperti buku. Penguatan pemikiran bahwa prioritas utama seorang mahasiswa adalah bertanggung jawab pada pendidikannya perlu ditingkatkan.

Keempat, prinsip pemeliharaan keturunan (*hifz al-nasl*). Prinsip ini berfokus pada seseorang menjaga keturunannya, menjaga masa depannya, menjaga keluarganya. Hasil wawancara menunjukkan banyak mahasiswa yang penghasilan orang tuanya di bawah lima juta. Dari data tersebut seharusnya seorang mahasiswa harus mampu mengelola keuangannya dengan bijak, sehingga bisa dapat memastikan masa depan perkuliahannya dengan baik. Berusaha memiliki tabungan untuk mengantisipasi jika sewaktu-waktu orang tua memiliki hambatan dalam pembayaran kuliah. Pembelian barang-barang yang tidak perlu harus diupayakan dihindari. Mahasiswa sebagai harapan keluarga harus dapat bertanggung jawab atas pendidikannya sehingga dapat mengangkat derajat orang tua di masa depan, memastikan dirinya memiliki kemandirian finansial dengan menjadi sarjana lalu bekerja dengan layak harus menjadi tujuan utama mahasiswa.

Kelima, prinsip pemeliharaan harta (*hifz al-mal*). Prinsip ini berkaitan dengan penjagaan harta benda. Tanggung jawab mengelola harta benda sehingga dapat menjadi produktif. Hasil wawancara ditemukan mahasiswa belum mengerti pentingnya menabung di usia muda, mengelola keuangan sehingga memiliki dana darurat. Temuan bahwa mahasiswa sudah berani menggunakan *paylater* harus segera diupayakan strategi pencegahannya. Penggunaan *paylater* menunjukkan mahasiswa belum bisa mengelola harta yang mereka miliki, didasari dari mereka belum memiliki penghasilan sendiri tetapi sudah berani berhutang. Ditinjau dari perspektif syariah, berhutang dengan sistem bunga disebut *riba* hal tersebut bertolak belakang dengan prinsip pemeliharaan harta.

Keenam, prinsip pemeliharaan lingkungan (*hifz al-biah*). Prinsip ini penting sekali diupayakan di masa modern. Bumi menjadi semakin tua, perubahan iklim dan banyaknya sampah yang tidak terurai menjadi permasalahan yang harus dipecahkan. Penjagaan terhadap lingkungan yaitu seperti menjaga ekosistem alam dan menghindari potensi-potensi yang dapat merusak lingkungan. Hasil wawancara menunjukkan mahasiswa belum banyak mengetahui bank sampah yang dapat didaur ulang. Bagaimana cara membuang baju, elektronik, atau barang-barang besar yang sudah tidak diperlukan. Yusuf al-Qardhawi dalam kitab *Ri'ayah al-Biah fi al-Syariah al-Islami* menyatakan bahwa penjagaan lingkungan memiliki kesamaan pentingnya dengan menjaga lima penjagaan yang lain karena ke lima prinsip *maqashid al-syariah* tersebut dapat dijelaskan jika lingkungan dan alam mendukungnya.

Dengan aturan yang ditetapkan oleh agama dan menjauhkan dari perilaku madarat atau sia-sia. Berpedoman pada *maqashid al-syariah* ketika mahasiswa akan membeli suatu barang akan menjauhkan mereka dari perilaku konsumtif. Tahapan yang bisa mahasiswa lakukan ketika akan membeli barang yaitu mahasiswa harus dapat mengidentifikasi dengan baik barang apa yang menjadi prioritas atau penting untuk membeli, mengidentifikasi barang berlandaskan *al-maqashid al-dharuriyyah*, *al-maqashid al-hajiyyah*, dan *al-maqashid al-tahsiniyyah* menjadi keahlian pertama yang harus dimiliki mahasiswa. Selanjutnya mahasiswa juga dengan bijak memilih *e-commerce* yang akan mereka gunakan, diutamakan yang ketika memakainya jauh dari potensi kehilangan harta benda, seperti penipuan atau perilaku-perilaku perdagangan yang tidak bertanggung jawab. Langkah terakhir pastikan membeli barang yang kebermanfaatannya tidak bertentangan dengan prinsip *maqashid al-syariah*, yaitu *hifz al-din*, *hifz al-nafs*, *hifz al-'aql*, *hifz al-nasl*, *hifz al-mal*, dan *hifz al-biah*.

KESIMPULAN

Prinsip *maqashid al-syariah* adalah prinsip yang harus dipegang mahasiswa ketika memutuskan untuk membeli suatu barang khususnya di *e-commarce*. Prinsip *maqashid al-syariah* yang digunakan antara lain pertama, penjagaan kepada agama yang memfokuskan pada ibadah. Penjagaan ini memungkinkan mahasiswa dapat mempertimbangkan kembali pembelian barang yang dapat menunjang ibadahnya atau tidak. Kedua, penjagaan terhadap jiwa yang menunjukkan pertimbangan membeli suatu barang bukan hanya berdasarkan hawa nafsu semata. Ketiga, prinsip penjagaan akal yang menjadikan mahasiswa berpikir dengan baik dan bijaksana untuk membeli suatu barang agar tidak bernilai sia-sia. Keempat, prinsip keturunan berkaitan dengan pengelolaan sehingga di masa depan dapat menjaga diri sendiri dan keluarga dari kesulitan. Jika bersandar pada prinsip ini mahasiswa tidak akan berperilaku boros, mereka akan mengupayakan memiliki tabungan yang dapat dipakai di kemudian hari. Kelima, prinsip penjagaan harta benda berkaitan dengan melindungi hartanya dari kecurangan atau terbentuk prinsip yang bertolak belakang dengan syariah, jika bersandar pada prinsip ini mahasiswa lebih takut menggunakan fitur *paylater*. Keenam, prinsip penjagaan terhadap lingkungan berkaitan bagaimana seorang manusia dapat menjaga lingkungan dengan dapat mendaur ulang barang-barang yang sudah tidak terpakai agar tidak hanya menjadi sampah.

Mahasiswa belum sepenuhnya menggunakan prinsip *maqashid al-syariah* dalam penggunaan *e-commarce*. Perilaku konsumtif yang mereka lakukan tidak berdasarkan tingkat prioritasnya. Dilihat dari barang-barang yang dibeli mahasiswa di *e-commarce* bukan barang-barang yang sifatnya darurat, seperti *fashion* dan *skincare*. Ditinjau dari prinsip penjagaan terhadap harta benda (*hifz al-mal*) mereka sudah berani menggunakan fitur pinjaman online (*paylater*) yang mendekatkan pada riba. Perlu ada penelitian lanjutan sebagai strategi untuk membentuk perilaku mahasiswa agar dapat menggunakan prinsip *maqashid al-syariah* terutama dalam perilaku konsumtif sehari-hari. Literasi berkaitan dengan pengelolaan keuangan berbasis ekonomi syariah perlu diupayakan sebagai upaya penjagaan akal dan jiwa agar terhindar dari perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mustaqim, D. (2023). Strategi pengembangan pariwisata halal sebagai pendorong ekonomi berkelanjutan berbasis *maqashid syariah*. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26-43.
- Anwar, K., & Susminingsih, S. (2024). Go Green: Strategi Santri Menjaga Lingkungan Dalam Perspektif *Maqashid Syariah*. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 6(1), 64-76.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Dahl, D. (2013). Social influence and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 40(2), iii-v.
- Feirisa, D. R. (2023, Des 30). *Paylater, salah satu pemicu perilaku konsumtif Gen Z*. Detik Finance.
- Halimah, H., Sudiarti, S., & Harahap, M. I. (2022). Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Pada Fintech Ovo Dan Go-Pay Perspektif *Maqashid Syariah*. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 13(2), 70-79.
- Handayani. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22-27.
- Kabar Samarinda, (2024, Feb 11). *Survei sebut gen-z malu pakai android, lebih pilih iphone karena takut dikucilkan*.
- Kaharidoni, A. P., & Anggraini, Y. (2022). Analisis perilaku konsumsi penggemar Kpop di kalangan mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Ponorogo angkatan 2018 (Perspektif *maqashid syariah*). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 139-156.

- Kumampung, D. R., & Dewi, B. K. (2020, Januari 23). *Survei: Generasi Z rela habiskan uang demi merawat kecantikan*. Kompas.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).
- Lee, M. K., & Turban, E. (2001). A trust model for consumer internet shopping. *International Journal of electronic commerce*, 6(1), 75-91.
- Nasrullah, A. M. A. (2023). *Maqashid Syariah: Konsep, Sejarah, dan Metode*. Malang: Literasi Nusantara Abadi
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26-39.
- Paryadi, P. (2021). Maqashid Syariah: Definisi dan pendapat para ulama. *Cross-border*, 4(2), 201-216.
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Depok: LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Rahmawati. (2019). Perilaku Konsumtif dan Faktor Psikologis. *Jurnal Psikologi*, 1123–1130.
- Santika, E. (2024, Agustus 7). *Shopee, e-commerce yang paling diandalkan Gen Z dan milenial Indonesia*. Databoks Katadata.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment.
- Suryani. (2020). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(12).
- Tambunan, TT. (2001). *Perekonomian Indonesia: Beberapa Masalah Penting*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Widagdo, P. B. (2024, Juni 11). *Perkembangan electronic commerce (e-commerce) di Indonesia*. Academia.edu.
- Wijaya, H. (2018). Budaya Konsumerisme di Kalangan Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi*, 3(15). 78-89.
- Yulianto., & Yulianti. (2014). Pengaruh Status Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 1(12).



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)