



Praktik *Impulse Buying* Terhadap Pembelian *Fashion* Melalui Shopee Oleh Generasi Z Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah

Frisca Indriyani¹, Trinah Asi Islami²

Hukum Ekonomi Syari'ah, Universitas Hasyim Asy'ari, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: friscaindriyani@mhs.unhasy.ac.id^{*1}, trinahislami@unhasy.ac.id²

Article received: 26 Mei 2025, Review process: 07 Juni 2025

Article Accepted: 28 Juni 2025, Article published: 09 Juli 2025

ABSTRACT

The phenomenon of impulse buying among Generation Z, particularly university students, has become a critical issue in the study of digital consumption behavior influenced by aggressive promotions and the convenience of e-commerce platforms such as Shopee. This study aims to analyze impulse buying practices among students of the Sharia Economic Law Program at Hasyim Asy'ari University when purchasing fashion via Shopee, and to assess whether their behavior aligns with the principles of Sharia Economic Law. The research employs a juridical-empirical approach with data collection techniques including observation, interviews, questionnaires, and documentation. Data were analyzed using inductive and descriptive-analytical methods. The findings reveal that despite frequent exposure to promotions such as discounts, shopping vouchers, and free shipping, most students prioritize their needs, plan their purchases carefully, and refrain from impulsive decisions. From the perspective of Sharia Economic Law, their consumption behavior reflects the principles of balance, consciousness, and justice. This study contributes to enhancing ethical consumption literacy among students based on Islamic values.

Keywords: *Impulse Buying Practices, Generation Z, Sharia Economic Law.*

ABSTRAK

Fenomena pembelian impulsif (impulse buying) di kalangan Generasi Z, khususnya mahasiswa, menjadi perhatian dalam kajian perilaku konsumsi digital yang dipengaruhi oleh promosi agresif dan kemudahan akses e-commerce seperti Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik impulse buying dalam pembelian fashion oleh mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari melalui platform Shopee, serta mengkaji kesesuaian perilaku tersebut dengan prinsip Hukum Ekonomi Syari'ah. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis empiris dengan teknik observasi, wawancara, penyebaran angket, dan dokumentasi. Data dianalisis secara induktif dan deskriptif-analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa kerap terpapar penawaran seperti diskon, voucher belanja, dan gratis ongkos kirim, sebagian besar dari mereka tetap berorientasi pada kebutuhan, merencanakan pembelian dengan matang, dan menolak pembelian impulsif. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah, perilaku konsumsi tersebut dinilai sesuai dengan prinsip keseimbangan, kesadaran, dan keadilan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkuat literasi konsumsi etis di kalangan mahasiswa berbasis nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: *Praktik Impulse Buying, Generasi Z, Hukum Ekonomi Syari'ah*

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk ekonomi (*homo economicus*) secara alamiah memiliki kecenderungan untuk terus memenuhi kebutuhannya melalui tindakan konsumsi. Konsumsi dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan aspek biologis, tetapi juga mencakup dimensi psikologis dan simbolik. Dalam masyarakat modern, perilaku konsumsi sering kali tidak lagi didasarkan pada nilai guna barang, melainkan pada nilai simbolik yang melekat, seperti merek, tren, dan status sosial. Fenomena ini mencerminkan apa yang disebut Baudrillard sebagai hiperrealitas, di mana simbol lebih bermakna daripada fungsi sebenarnya. Akibatnya, orientasi konsumsi menjadi kabur antara kebutuhan dan keinginan (Aziz, 2014).

Salah satu bentuk konsumsi yang kini marak terjadi, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa, adalah perilaku *impulse buying* atau pembelian impulsif. Perilaku ini ditandai dengan keputusan pembelian yang tidak direncanakan dan cenderung dipicu oleh stimulus eksternal seperti promosi, diskon, atau tampilan visual produk. Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z merupakan kelompok yang sangat responsif terhadap rangsangan semacam ini karena kedekatan mereka dengan teknologi digital serta eksposur yang tinggi terhadap media sosial dan *e-commerce*. Shopee, sebagai salah satu platform belanja daring terkemuka, menjadi media yang strategis dalam mendorong pembelian impulsif di kalangan generasi ini (Sari & Pidada, 2019).

Kecenderungan mahasiswa untuk mengikuti tren fashion juga memperkuat gejala *impulse buying*. Dalam fase perkembangan identitas, mahasiswa berusaha membentuk citra diri dan mendapat pengakuan sosial melalui tampilan dan gaya berbusana. Fashion tidak hanya dipahami sebagai kebutuhan akan pakaian, melainkan sebagai simbol ekspresi diri dan medium komunikasi sosial (Trisnawati, 2011). Keinginan untuk tampil menarik dan diterima dalam lingkungan sosial mendorong mahasiswa untuk mengakses produk-produk fashion yang sedang populer, meskipun terkadang tidak sesuai dengan prioritas kebutuhan mereka.

Selain faktor sosial, gaya hidup hedonis turut memengaruhi perilaku konsumsi generasi muda. Gaya hidup yang berorientasi pada kenikmatan sesaat menjadikan mereka lebih rentan terhadap pembelian yang tidak rasional. Dalam Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan termasuk dalam kategori *israf* (pemborosan) yang dilarang karena mengarah pada ketidakseimbangan dalam penggunaan harta dan berpotensi menimbulkan kerugian baik bagi diri sendiri maupun orang lain (Thamrin & Saleh, 2021). Oleh karena itu, prinsip moderasi dan kesadaran dalam konsumsi menjadi nilai penting dalam Hukum Ekonomi Syari'ah.

Munculnya *e-commerce* seperti Shopee memperparah dilema ini karena kemudahan akses, sistem pembayaran digital, dan berbagai insentif seperti gratis ongkir, diskon, serta voucher belanja yang disediakan. Promosi yang agresif dan algoritma pemasaran yang personal membuat pengguna lebih mudah tergoda untuk membeli barang secara impulsif. Namun demikian, tidak semua mahasiswa terjebak dalam pola konsumsi ini. Sebagian tetap mempertahankan kontrol diri dan membuat keputusan pembelian secara terencana sesuai dengan kebutuhan primer.

Dalam konteks Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari, menarik untuk mengkaji bagaimana mahasiswa yang dibekali nilai-nilai keislaman dalam bidang ekonomi menyikapi fenomena impulse buying tersebut. Apakah mereka tetap mampu menjaga prinsip kehati-hatian, kesadaran hukum, dan nilai-nilai syari'ah dalam konsumsi? Bagaimana bentuk resistensi atau adaptasi yang dilakukan terhadap penetrasi budaya konsumtif digital di era sekarang?

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik impulse buying dalam pembelian fashion melalui platform Shopee oleh mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari, serta mengkaji fenomena tersebut dari perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah guna mengetahui apakah perilaku konsumsi mereka selaras dengan prinsip-prinsip Islam atau justru menyimpang dari nilai-nilai tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris, yaitu mengkaji efektivitas hukum dengan memadukan data sekunder berupa bahan hukum dan literatur dengan data primer yang diperoleh dari lapangan (Susanti, 2015). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi di Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari Jombang, wawancara kepada mahasiswa sebagai subjek penelitian, serta penyebaran angket yang memuat pertanyaan terkait perilaku belanja online. Data tambahan diperoleh melalui dokumentasi berupa catatan, foto, dan dokumen administratif yang relevan (Ali, 2013). Sumber data terdiri atas bahan hukum primer, yakni hasil wawancara dan tanggapan langsung dari 15 mahasiswa lintas angkatan (2021–2024), serta bahan hukum sekunder yang mencakup literatur ilmiah seperti buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan yang relevan (Amiruddin, 2004). Analisis data dilakukan dengan metode induktif dan deskriptif-analitis, yang bertujuan menarik kesimpulan dari fakta lapangan dan menggambarkan karakteristik empiris secara sistematis (Asikin & Masidin, 2023; Adi, 2000).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Universitas Hasyim Asy'ari ialah bagian dari perguruan tinggi di Jawa Timur tepatnya di kabupaten Jombang. Universitas Hasyim Asy'ari telah didirikan oleh pendiri pondok pesantren Tebuireng Jombang, yakni KH. Muhammad Yusuf Hasyim. Dalam Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'ari yang membina dari ke-tujuh program studi yakni program studi: Hukum Keluarga, Hukum Ekonomi Syari'ah, Komunikasi Penyiaran Islam, Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Manajemen Pendidikan Islam Dari ke-tujuh program studi tersebut merupakan wujud baru yang berasal dari hasil merger tiga Fakultas sebelumnya yakni terdiri atas: Fakultas Syari'ah, Fakultas Dakwah, Fakultas Tarbiyah.

Praktik *Impulse Buying* Terhadap Pembelian *Fashion* Melalui Shopee Oleh Generasi Z Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari

Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari kebanyakan dari mahasiswa pernah melakukan pembelian *fashion* melalui shopee bahkan tidak hanya *fashion* saja namun ada beberapa yang membeli perlengkapan kuliah, perlengkapan rumah bahkan alat-alat elektronik lainnya, banyaknya peminat belanja melalui *online* di *shopee* membuat para penjual *online* berkesempatan untuk menarik perhatian para mahasiswa dengan cara memberi mahasiswa banyak promosi, diskon, sampai gratis ongkos kirim, tidak hanya itu saja belanja *online* di *shopee* menyajikan visual produk yang sangat menarik, kekinian, dan selalu mengikuti perubahan *trend* yang ada sehingga menjadikan mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari terhipnotis dengan produk-produk yang disajikan *shopee* dan langsung membelinya.

Berdasarkan hasil data angket dan wawancara bahwa mahasiswa yang masih berstatus santri sebanyak 9 mahasiswa kemudian 6 mahasiswa yang tidak mondok, dari mahasiswa yang berstatus santri kebanyakan dari mahasiswa memilih penawaran diskon atau potongan harga dan gratis ongkos kirim, sedangkan mahasiswa yang tidak mondok kebanyakan dari mereka lebih memilih *voucher* belanja dan gratis ongkos kirim. Minat yang paling banyak digunakan yakni penawaran pada promosi gratis ongkos kirim dan diskon atau potongan harga (Wawancara, 2025.)

Dengan data ini dapat disimpulkan bahwa paling tinggi jumlah peminat yang tertarik membeli suatu produk jika menggunakan fitur promosi berupa diskon atau potongan harga dan gratis ongkos kirim. Dari data diatas juga menunjukkan bahwa mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari dari 15 mahasiswa hanya ada 5 orang yang melakukan pembelian *fashion* di shopee 3 diantaranya mahasiswa yang mondok dan 2 diantaranya mahasiswa yang tidak mondok, mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari melakukan pembelian karena adanya pengaruh teman dan *trend* dimana mahasiswa tertarik oleh apa yang di pakai atau bahkan ditunjukkan oleh temanya dan selalu mengikuti *trend* yang sedang terjadi saat ini. Dengan penawaran yang ada dipergunakan oleh para mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari untuk membeli segala kebutuhan yang sedang diperlukan bukan hanya keinginan semata.

Sehingga dengan data tersebut membuktikan minat yang cukup tinggi terhadap penawaran yang tersedia. Akan tetapi mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari ketika melakukan pembelian melalui penawaran yang menarik mahasiswa selalu merencanakan pembelian *fashion* di shopee dengan tujuan agar tidak melakukan *impulse buying*, jadi meskipun mahasiswa tertarik dengan penawaran yang ada mahasiswa tetap pada pembelian yang sudah direncanakan dan tidak asal saat membeli, sehingga menjadikan mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari tidak

berperilaku konsumtif dan *impulse buying*. Berikut beberapa faktor yang mendorong mahasiswa untuk berbelanja *online*:

Tabel 1 Faktor Pendorong Mahasiswa Berbelanja Online Melalui Shopee

No.	Faktor Pendorong	Jumlah Mahasiswa (n = 15)
1.	Diskon atau penawaran harga menarik	12 mahasiswa
2.	Gratis ongkos kirim	11 mahasiswa
3.	Kemudahan akses aplikasi	9 mahasiswa
4.	Voucher belanja	6 mahasiswa
5.	Iklan menarik	4 mahasiswa
6.	Pengaruh teman atau tren sosial	4 mahasiswa

Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Praktik Impulse Buying Terhadap Pembelian Fashion Melalui Shopee Oleh Generasi Z Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah praktik *impulse buying* dapat dilihat sebagai perilaku yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah yang menitikberatkan pada keadilan, transparansi, dan kesadaran dalam berinteraksi. Hukum Ekonomi Syari'ah mendorong umat muslim untuk melakukan transaksi yang adil dan tidak menzalimi diri sendiri maupun orang lain.

Oleh karena itu praktik *impulse buying* yang sering kali didorong oleh emosi dan keinginan sesaat dapat dianggap sebagai akhlak yang tidak sesuai dengan aturan syari'ah. Pada kehidupan sekarang banyak yang sudah berubah oleh kecanggihan teknologi dan internet, bahkan segala sesuatu yang sangat tidak mungkin kita jangkai akan terasa amat mudah sekali untuk mencapainya salah satunya dengan berbelanja *online*, dalam berbelanja *online* kita dapat menjangkau banyak toko-toko luar daerah, provinsi bahkan luar negeri.

Berbelanja *online* sangatlah mudah dan praktis untuk dilakukan tanpa membutuhkan waktu yang lama semua serba cepat dan *simple*, oleh karena itu mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari sering berbelanja secara *online* melalui shopee dengan adanya penawaran yang menarik membuat mahasiswa terbantu akan memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan biaya yang sangat aman dikantong pelajar.

Banyaknya penawaran yang menarik seperti diskon atau potongan harga, gratis ongkos kirim *voucher* belanja dan lain-lain sangat menarik perhatian mahasiswa untuk berbelanja *fashion* dan kebutuhan sehari-hari, akan tetapi mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari selalu mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan pada saat berbelanja *online*. Sehingga mahasiswa dapat menyesuaikan dalam pemenuhan kebutuhannya dan tidak berlebihan dalam membeli sesuatu saat berbelanja *online*.

Analisis Praktik Impulse Buying Terhadap Pembelian Fashion Melalui Shopee Oleh Generasi Z Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari

Impulse buying merupakan perilaku pembelian yang dikerjakan tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang hal ini seringkali dipengaruhi oleh faktor emosional atau lingkungan. Biasanya mahasiswa hanya membeli barang yang diinginkan namun sebenarnya tidak mahasiswa butuhkan, banyak sekali faktor yang mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelanjaan online secara impulsif ditambah mahasiswa generasi Z ini selalu ingin berpenampilan yang baik dan tidak ketinggalan zaman. Di aplikasi shopee banyak sekali toko-toko yang menyediakan fashion mulai dari harga yang murah sampai harga yang mahal, aplikasi shopee banyak menyajikan penawaran yang menarik seperti diskon atau potongan harga, gratis ongkos kirim, iklan yang menggiurkan dan voucher belanja.

Penawaran yang menarik akan membuat para konsumen sangat tertarik untuk berbelanja fashion terlebih dengan harga yang begitu miring, namun dengan banyaknya penawaran tidak menjadikan mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari mudah terpengaruh dengan penawaran yang menarik yang disajikan oleh para penjual online di shopee.

Dengan banyaknya macam fashion yang tidak ketinggalan zaman ada beberapa para penjual juga berusaha senantiasa mengganti produk fashionya setiap hari agar selalu menarik perhatian para mahasiswa, selain itu terdapat juga penawaran yang menarik berupa gratis ongkos kirim dan voucher belanja. Pada promosi tersebut dapat digunakan dengan menukarkan penawaran yang ada saat sedang berbelanja secara online. Hal tersebut membuat mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari dapat menggunakannya kapanpun, dan juga dalam penawaran ini terdapat rentang waktu yang cukup agak lama. Sehingga hal ini sangat membantu mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari berbelanja dengan harga yang murah dan terjangkau kapanpun mahasiswa ingin berbelanja.

Terdapat juga diskon harga di shopee yang mana melalui penawaran ini para mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari bisa mendapatkan potongan harga dari suatu produk dari harga normal yang telah ditawarkan. Penawaran ini memiliki waktu yang cukup singkat dibandingkan penawaran lainnya. Akan tetapi meskipun penawaran ini cukup singkat tidak menjadikan mahasiswa bertindak secara terburu-buru untuk membelinya karena mereka sadar hal tersebut akan menjadikannya membeli secara impulsif.

Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari selalu mendahulukan apa yang dibutuhkan dan selalu mempertimbangkan antara kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan dibanding dengan keinginan yang hanya sesaat tanpa ada manfaat jangka panjang. Berdasarkan kebiasaan mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari yang sangat berhati-hati dalam berbelanja online dan cukup tinggi ketika menentukan sebuah keputusan. Hal tersebut sangat sesuai dengan pengetahuan kepribadian bahwa mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari selalu berhati-hati dalam

menentukan keputusan saat belanja online, mahasiswa juga sangat mempunyai kesadaran yang tinggi akan menghindari perilaku impulse buying yang sangat bertolak belakang dengan aturan syari'ah.

Analisis Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap Praktik Impulse Buying Terhadap Pembelian Fashion Melalui Shopee Oleh Generasi Z Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari

Hukum Ekonomi Syaria'ah menganggap bahwa praktik impulse buying tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah yang menitikberatkan pada keadilan, transparansi, dan kesadaran dalam bertransaksi. Impulse buying merupakan perilaku mengkonsumsi secara berlebihan dan tanpa melihat manfaat dari produk tersebut. Konsumsi fashion secara berlebihan menimbulkan perilaku impulsif dan berlebihan, faktor yang mendorong mahasiswa keranah perilaku impulsif salah satunya adalah penawaran yang menarik yang disediakan oleh penjual di aplikasi shopee.

Penawaran yang menarik menjadikan beberapa mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari berbelanja dengan boros akan tetapi sebagian besar dari mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari melakukan belanja online sesuai kebutuhan dan masih dalam batas wajar tidak boros, dikarenakan mahasiswa berbelanja diperuntukan memenuhi segala kebutuhan pokok yang utama.

Mahasiswa hanya membeli produk fashion yang digunakan untuk kebutuhan kuliah, kebutuhan yang paling banyak dipenuhi oleh mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari berupa tas, baju celana, sepatu, sarung, jilbab rok dan lainnya. Kebutuhan tersebut digunakan sebagai kebutuhan primer yang memang harus dipenuhi terlebih dahulu dibandingkan kebutuhan lainnya. Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari juga identik dengan berpenampilan yang sederhana para mahasiswa tidak bergaya secara hedon dan berlebihan yang menunjukkan kesombongan.

Berbagai macam penawaran yang menarik tidak membuat mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari menjadi berlebihan dalam berbelanja. Pada faktanya masih banyak mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari yang selalu berhati-hati dalam berbelanja online, mahasiswa juga memiliki kesadaran penuh disaat mengambil keputusan untuk berbelanja dan menjadikannya sangat sadar untuk tidak melakukan pembelian secara impulse buying.

Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari senantiasa akan berfikir sebelum belanja untuk mempertimbangkan kemanfaatan produk fashion yang dibelinya. Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari senantiasa mempertimbangkan produk yang akan dibelinya, dengan ini juga membuktikan bahwa mahasiswa tidak mudah terpengaruh dengan rayuan penjual online di shopee. Mahasiswa juga membeli kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan, produk fashion yang dibeli sangat ada manfaatnya untuk kuliah

tidak semata-mata membeli karena trend yang sedang ada apalagi karena pengaruh teman.

Dalam hal konsumsi, mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari selalu mendahulukan kebutuhan daripada keinginan sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah yang tidak mengaharuskan seseorang melampaui batas kepentingan konsumsi dasarnya, seperti mencuri dan merampok. Seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang mereka konsumsi (A. Aziz, 2013).

Pembelian secara tidak berlebihan terhadap suatu barang melalui online bisa menjadi sesuatu perbuatan yang baik pada mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari. Hal ini dapat membuat mahasiswa mengambil manfaat secara maksimal dari barang yang telah dibeli melalui online. Pada dasarnya mahasiswa selalu dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan ketika berbelanja online. Terlebih kebiasaan mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari yang selalu mempertimbangkan terlebih dahulu untuk barang yang akan dibeli melalui shopee. Pertimbangan dan kesadaran ini yang membuat mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari selalu memenuhi segala kebutuhan utamanya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan lainnya.

Segala bentuk kegiatan konsumsi harus dengan keyakinan bahwasanya di akhirat akan ada kehidupan dan juga hari pembalasan. Sehingga dengan berbelanja secara tidak berlebihan melalui shopee penjualan online sampai tidak terjadi pemborosan dan kerugian maka mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari dapat mengambil manfaatnya secara maksimal, dan menjadi tanda bahwa mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari tidak memiliki unsur-unsur orang yang melakukan impulse buying dan juga tidak melakukan pemborosan (Reysyahri, 2012). Maka hal ini konsep untuk tidak melakukan praktik impulse buying pada mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Hasyim Asy'ari sesuai dengan Surah Al-A'raf ayat 31, yaitu :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَٰتِ كُنَّ مَعَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

"Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan." (RI, 2018)

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa umat muslim dilarang untuk mengkonsumsi secara berlebihan baik itu makanan, minuman dan pakaian. Dalam pengaplikasiannya bahwa masih banyak mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah berbelanja tidak sampai melebihi batas keuangannya, dan mahasiswa senantiasa mencegah dirinya dari perbuatan yang boros dan tidak bermanfaat, yang mana perilaku ini tidak bertentangan dengan konsep QS. Al-A'raf ayat 31.

Kesejahteraan Islam yang dibangun dengan tidak berlebih-lebihan dan pemborosan akan tetapi selalu mendahulukan segala yang penting dan juga

bermanfaat serta segala sesuatu yang dibutuhkan bukan hanya untuk memenuhi keinginan semata saja. Dalam segala aktivitas tentunya haruslah bersandar pada Al-Qur'an, karena dengan hal itu dapat membantu setiap manusi untuk keselamatan yang baik di dunia maupun akhiratnya.

SIMPULAN

Kesimpulan, Praktik impulse buying terhadap pembelian produk fashion melalui Shopee yang dipengaruhi oleh diskon, voucher belanja, gratis ongkir, dan penawaran menarik lainnya tidak secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Hasyim Asy'ari. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan mahasiswa untuk memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, merencanakan pembelian dengan matang, dan menghindari keputusan impulsif dalam berbelanja. Meskipun terdapat sebagian kecil mahasiswa yang bersifat konsumtif dalam memenuhi kebutuhan sekunder, mereka umumnya bukan berasal dari latar belakang santri yang lebih dominan dalam menjaga prinsip hidup hemat. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, mahasiswa tersebut tidak menunjukkan indikasi pemborosan karena setiap keputusan pembelian dilakukan secara sadar, berdasarkan pertimbangan manfaat, serta sesuai prinsip prioritas kebutuhan, sehingga perilaku konsumtif yang melanggar nilai-nilai syariah dapat dihindari.

DAFTAR RUJUKAN

- Adi, R. (2000). *Metode Penelitian Hukum*. Granit.
- Ali, Z. (2013). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.
- Amiruddin. (2004). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Raha Grafindo Persada.
- Asikin, M., & Masidin. (2023). *Penelitian Hukum Normatif*. Prenadamedia.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Syari'ah Perspektif Islam (Implementasi etika islam untuk dunia usaha)*. Alfabeta.
- Aziz, M. I. (2014). *Galaksi Simulacra Esai-esai Jean Baudrillard*. PT LkiS Perinting Cemerlang.
- Line, I. on. (n.d.). *Gaya Hidup Milenial yang Berbeda dari Orang Tua Mereka*. <https://www.google.com/amp/s/www.indozone.id/amp>
- Maslow, A. (1954). *Motivasi dan Kepribadian, terj. Seri Manajemen No 104*.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Nugroho, S. S. (2020). *metodologi Riset Hukum*. Oase Pusaka.
- Pawanti, M. H. (2013). *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard*.
- Reysyahri, M. M. (2012). *Ensiklopedia Mizanul Hikmah Kumpulan Hadits Nabi Muhammad SAW Pilihan (2)*. Nur Al-Huda.
- RI, D. A. (2018). *Al-Qur'an dan Terjemah*. PT. Suara Agung.
- Sari, D. M. F. P., & Pidada, I. A. I. (2019). Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Price Reduction toward Impulse Buying Behavior in Shopping

- Center. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(1).
- Smith, A. (2017). *The Wealth of Nations*, terj. Haz Algebra. Globalindo.
- Sudaryanto, Subagio, N. A., Hanim, A., & Utami, C. W. (2024). *Consumer Behavior Gen Z*. Universitas Ciputra.
- Susanti, D. O. (2015). *Penelitian Hukum Legal Research*. Sinar Grafika.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1). <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal THE MESSENGER*, 3(1). <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>