

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi merupakan momentum yang sangat baik bagi berkembangnya semua elemen di dalam kehidupan ini. Adanya globalisasi menghantarkan berbagai perkembangan dan kemajuan yang pesat dalam dunia teknologi dan informasi saat ini. Hal ini terbukti dengan semakin pesatnya perkembangan informasi, komunikasi, dan teknologi yang ada di masyarakat. Kemajuan teknologi informasi didukung dengan tidak adanya hambatan ruang dan waktu tempuh serta banyaknya penemuan dan penggunaan berbagai alat teknologi informasi yang dapat menunjang kebutuhan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan yang terjadi pada teknologi yang meliputi produksi, konsumsi, dan distribusi informasi memegang peranan yang sangat penting.¹

Perkembangan zaman mempengaruhi perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh adanya kemajuan

¹ Isnawati, “*Online Shop* (Studi Kasus Budaya Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)”, *Skripsi*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 2019), h. 1.

dibidang teknologi dan ilmu pengetahuan. Perkembangan teknologi dan informasi memberikan perubahan yang nyata di segala aspek kehidupan masyarakat. Salah satunya adalah teknologi internet yang memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi yang telah mampu mengubah perilaku masyarakat. Masyarakat yang sebelumnya tidak aktif menggunakan internet menjadi aktif sebagai pengguna internet. Hal ini memperlihatkan kebiasaan perilaku masyarakat yang lebih memanfaatkan waktunya untuk menggunakan internet sebagai salah satu aktivitas sehari-hari, bahkan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan sosialnya.²

Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Penggunaanya juga semakin meningkat dari pelajar sekolah dan mahasiswa, anak-anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Akibatnya, segala informasi yang bersifat positif maupun negatif dapat dengan mudah diakses oleh seluruh masyarakat dan secara perlahan-lahan mulai mengubah pola gaya hidup dan membuat mereka menjadi konsumtif.

² Noor Fatmawati, "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*", *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Volume 29, Nomor 1, 2020, h. 30.

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat modern tidak cukup hanya mengkonsumsi sandang, pangan, dan papan saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara biologis kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih dari itu. Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern saat ini hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan mampu menstruktur kegiatan keseharian di masyarakat.³

Semakin majunya ilmu pengetahuan menjadikan teknologi komunikasi semakin mengalami perubahan dari masa ke masa. Terlihat bahwa salah satu kebiasaan masyarakat adalah mengikuti perilaku kaum kapitalis yang berusaha merealisasikan keinginan mereka dengan sengaja menciptakan kebutuhan baru dalam kehidupan masyarakat. Kapitalisme selalu berambisi

³ Ariza Qurrota 'Ayun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop* (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)", *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2019), h. 2.

mendorong manusia untuk berkonsumsi sebanyak-banyaknya. Kapitalisme juga berusaha menciptakan citra bahwa orang yang sukses adalah orang yang mempunyai banyak barang. Akibatnya, kebiasaan yang dilakukan orang-orang saat ini yaitu belanja barang-barang yang tidak dibutuhkan dan hanya mengikuti kemauan atau keinginan semata. Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan pola gaya hidup.⁴

Hasil survei dalam money.kompas.com menyatakan bahwa pandemi memengaruhi gaya hidup jadi konsumtif. Hal ini terjadi karena transaksi yang biasa dilakukan secara langsung, kini dilakukan secara *online*. Perencana keuangan yaitu Nadia Harsya melihat bahwa kebiasaan baru tersebut perlu ditunjang dengan layanan perbankan yang tidak hanya sekadar mudah, nyaman, dan aman. Akan tetapi, harus mampu membantu nasabah untuk mengatur alokasi pengeluaran. Ia menyayangkan kalau kemudahan dan cara praktis dari model transaksi digital justru membuat

⁴ Husainatul Jazilah, "Belanja *Online* Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini Di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan", *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2021), h. 2.

masyarakat mempunyai gaya hidup yang konsumtif.⁵

Adapula hasil survei dalam bisnis.liputan6.com menyatakan generasi anak muda yang menganut gaya hidup *You Only Live Once* atau YOLO menikmati hidup dengan maksimal karena hidup cuma satu kali. Dikutip dari Swara, Jumat (1/1/2020), Ketika menerapkan YOLO dalam hal mengelola keuangan, kamu akan sering membuat keputusan seputar finansial dengan sembrono. Saat akan melakukan pengeluaran, kamu tidak memikirkan dampak jangka panjang dari pengeluaran tersebut. Salah satu contoh keputusan yang paling buruk dalam gaya hidup YOLO adalah mengajukan pinjaman utang tanpa melakukan upaya untuk melunasinya. Terlebih lagi jika pinjaman tersebut digunakan untuk bersenang-senang seperti liburan, membeli barang-barang tertentu dan lain-lain. Bila hal ini terjadi, maka akan rentan mengalami stress finansial dikarenakan banyaknya utang dan cicilan yang perlu dilunasi.⁶

⁵ Sri Noviyanti, "Pandemi Memengaruhi Gaya Hidup Jadi Konsumtif, Ini Kata Perencana Keuangan", <https://money.kompas.com/read/2021/11/18/080700026/pandemi-memengaruhi-gaya-hidup-jadi-konsumtif-ini-kata-perencana-keuangan>, diakses pada 25 Desember 2021, pukul 11:05 WIB.

⁶ Pipit Ika Ramadhani, "Gaya Hidup YOLO atau *You Only Live Once*, Sehatkah Secara Finansial?", <https://m.liputan6.com/bisnis/read/4446984/gaya-hidup-yolo-atau-you-only-live-once-sehatkah-secara-finansial>, diakses pada 25 Desember 2021, pukul 12:00 WIB.

Adapun yang dihasilkan oleh perkembangan zaman ini yaitu “mode”, setiap individu mengikuti perubahan mode agar lebih modern. Mode merupakan salah satu hal yang diincar oleh konsumen yang mempunyai keinginan untuk mengikuti tren tersebut, produk-produk yang diinginkan banyak ditawarkan di berbagai media seperti, televisi, media sosial, majalah dan situs internet. Perubahan mode yang terjadi secara terus-menerus dapat membentuk seseorang menjadi lebih konsumtif yang membuat pola belanjanya terlalu intensif. Sehingga individu lebih memperhatikan faktor keinginan daripada kebutuhan, dan cenderung dikuasai oleh kesenangan material semata dan hasrat duniawi.⁷

Banyaknya kegiatan marketing *online* yang dilakukan oleh produsen yang menyediakan berbagai produk *fashion* bagi mahasiswa turut mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.⁸ Dimana terdapat fenomena menarik yang sedang terjadi di dalam masyarakat saat ini adalah belanja *online*. Kegiatan belanja *online* ini dilatarbelakangi oleh kehadiran teknologi yang berkembang

⁷ Nurpadila, “Gaya Hidup *Shopaholic* Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)”, *Skripsi*, (Makassar: UIN Alauddin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020), h. 1-2.

⁸ Ariza Qurrota ‘Ayun, “Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop* (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)”, ..., h. 3.

dengan pesat dalam kehidupan manusia, di antaranya teknologi di bidang komunikasi yaitu internet. Belanja *online* (*online shopping*) adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik dimana proses penjualan dan pembelian barang ataupun jasa dilakukan secara elektronik menggunakan sarana internet dan gadget dimana antara penjual dan pembeli tidak bertemu atau melakukan kontak fisik.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Noor Fatmawati (2020) menyimpulkan bahwa *online shop* telah merubah gaya hidup mahasiswa IAIN Kudus menjadi berperilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif selalu berpenampilan menarik, mengenakan *fashion* bermerek, memiliki standar hidup menengah ke atas, serta lebih banyak bergaul dengan orang-orang yang memiliki hobi yang sama. Kemudian faktor yang mempengaruhi pemanfaatan *online shop* adalah efisiensi waktu, akses yang mendukung, serta sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan kepuasan.

Adapula penelitian yang dilakukan oleh Husainatul Jazilah dan Siti Azizah (2021) menyimpulkan bahwa ada beberapa tipologi *shopaholic* pada mahasiswi di desa Dadapan Lamongan.

⁹ Lailan Khairina Ansyaf, “Fenomena *Online Shopping* (Studi Gaya Konsumen *Online Shopping* Pada Mahasiswa Di Kota Medan)”, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2019), h. 1.

Kecanduan berbelanja *online* tersebut membentuk perubahan gaya hidup mahasiswi. Salah satu faktor penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* yaitu selalu mengikuti perkembangan produk yang ada di *online shop*.

Online shop merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online shop* dapat melihat barang-barang di toko *online* berupa foto-foto, video dan sebagainya. Toko *online* tersedia selama 24 jam sehari, memiliki lebih banyak konsumen yang mengakses lewat internet kapan dan dimana pun, lebih banyak menghemat bahan bakar minyak kendaraan dan waktu. Toko *online* menjelaskan produk yang dijual dengan baik, melalui teks, foto dan folder multimedia. Mereka juga menyediakan informasi produk, saran dan penilaian produk, cara penggunaannya, fasilitas untuk berkomentar, memberikan peringkat terhadap barang, akses meninjau situs lain, fasilitas *real-time* untuk menjawab pertanyaan pelanggan dan lain-lain sehingga mempercepat mendapat kata sepakat pembelian dari berbagai pemasok (vendor) pemilik toko

online.¹⁰

Kehadiran *online shop* memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tetapi juga dapat berdampak negatif bagi konsumen yang menjadikan *online shop* sebagai pemenuhan keinginan, dimana individu selalu ingin membeli barang yang kekinian untuk menaikkan status sosial di masyarakat. Belanja *online* juga memberi manfaat dan kemudahan bagi konsumen dikarenakan konsumen dapat memesan produk tanpa ada batasan waktu dan dapat berbelanja dimana pun dan kapan pun. Selain itu konsumen juga dapat memperoleh lebih banyak informasi tentang produk seperti, harga, kualitas, dan juga ketersediaan barang. Munculnya *online shop* juga dapat mengakibatkan seseorang kecanduan dalam berbelanja. Karena *online shop* menawarkan berbagai macam keuntungan yang menarik, salah satunya barang-barang yang di perjual belikan selalu *up to date* dan tentunya harganya jauh lebih murah daripada di toko dan pasar.¹¹

Remaja menjadi sasaran empuk bagi kapitalisme dengan

¹⁰ Lailan Khairina Ansyaf, "Fenomena *Online Shopping* (Studi Gaya Konsumen *Online Shopping* Pada Mahasiswa Di Kota Medan)", ..., h. 2.

¹¹ Husainatul Jazilah, "Belanja *Online* Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini Di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan", ..., h. 2-3.

menciptakan produk yang baru dengan memberi akses kemudahan dalam berbelanja, seperti tanpa perlu keluar rumah kita sudah bisa memiliki barang yang diinginkan sehingga menjadikan mahasiswa sebagai generasi konsumtif. Diperparah lagi jika mahasiswa tersebut memiliki latar belakang keluarga yang berada.

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga disebut modernitas¹², maksudnya adalah setiap individu yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan pandangan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya.¹³ Cara hidup yang dilakukan setiap masyarakat biasanya berbeda-beda bergantung pada aktivitasnya sehari-hari, baik karena kebutuhan maupun pengaruh lingkungan sekitar yang meliputi keluarga, pekerjaan, komunitas, bisnis, politik, pendidikan, dan masa depan.

¹² Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 142.

¹³ Noor Fatmawati, "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*", ..., h. 30.

Gaya hidup merupakan keinginan individu untuk memproyeksikan citra dirinya (tuntutan pergaulan). Citra dirinya menjadi faktor penting yang menentukan bagaimana cara hidupnya. Citra diri diartikan sebagai bagaimana seseorang memandang dirinya, hal ini menimbulkan keinginan individu membentuk persepsi yang baik pada orang lain tentang dirinya sehingga mempengaruhi gaya hidup individu tersebut.¹⁴

Karakteristik ini tampaknya memudahkan mahasiswa terjerat dalam perilaku membeli yang kurang efisien. Hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa yang membeli produk *fashion* dan aksesoris di toko-toko seperti baju, tas, sandal, sepatu, dan sebagainya. Mereka tak jarang membeli produk *fashion* dan barang-barang yang sama dengan teman-temannya atau bahkan membanding-bandingkan barang kepemilikannya dengan barang temannya untuk melihat barang siapa yang lebih *trendy*.¹⁵ Kebanyakan masyarakat selalu mengikuti perubahan *fashion* agar lebih *up to date*. *Fashion* menjadi salah satu incaran individu yang berkeinginan mengikuti tren melalui berbagai media seperti

¹⁴ Nurul Arbaini, "Gaya Hidup *Shopaholic* Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau Yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)", *Jurnal Jom FISIP*, Volume 4, Nomor 1, 2019, h. 2-3.

¹⁵ Ariza Qurrota 'Ayun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop* (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)", ..., h. 2-3.

majalah, iklan-iklan di televisi, bahkan sekarang banyak situs internet yang menawarkan produk-produk yang menarik. Perubahan *fashion* terjadi secara teratur cenderung membentuk individu menjadi konsumtif hingga sampai pada tahap yang bisa dikatakan sebagai pelaku gaya hidup *shopaholic*.¹⁶

Individu yang memiliki kecenderungan terus menerus menghabiskan waktu dan uang untuk mendapatkan suatu benda tertentu namun benda tersebut tidak selalu menjadi keperluan pokok bagi dirinya, hal ini disebut dengan istilah “*shopaholic*”. *Shopaholic* sendiri berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang memiliki arti suatu ketergantungan yang di sadari atau tidak. *Shopaholic* adalah individu yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan berbelanja untuk menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan.¹⁷

Islam menjelaskan bahwasannya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan, tercantum dalam Al-

¹⁶ Husainatul Jazilah, “Belanja *Online* Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini Di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan”, ..., h. 2.

¹⁷ Nurul Arbaini, “Gaya Hidup *Shopaholic* Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau Yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)”, ..., h. 3.

Qur'an yaitu QS. Al-A'raf:7 ayat 31.¹⁸

﴿يَبْنَىِٔ ءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا
تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

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

Maraknya perilaku *shopaholic* yang dialami oleh kalangan mahasiswa tidak terlepas dari smartphone yang mereka miliki, media sosial saat ini sebagai acuan untuk berbelanja, mereka selalu memantau perkembangan zaman yang ada di dunia maya, yang menjadikan mereka tidak akan ketinggalan zaman jika ada barang-barang terbaru atau yang sedang tren. Perubahan gaya hidup *shopaholic* ini dapat dilihat dari seringnya mereka berbelanja *online* yang menjadikan segi penampilannya berubah. Penampilannya lebih menarik dan *fashionable* dibanding mahasiswa lainnya karena mereka selalu mengikuti perkembangan tren *fashion* dengan sangat cepat.

Mahasiswa merupakan salah satunya agen perubahan,

¹⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Edisi Terjemah Menyamping Ash-Shafira'*, (Surakarta: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), h. 165.

secara tidak langsung menjadi aktor perubahan. Mahasiswa menempati lapisan elit yaitu sebagai golongan terpelajar yang dapat menunjukkan statusnya melalui gaya hidup tertentu. Perubahan yang terlihat ketika gaya hidup dari desa ke kota yang mengalami pergeseran atau perubahan. Mahasiswa yang sebelumnya tidak mengenal gaya hidup pergi ke pusat perbelanjaan, nongkrong dan lain-lain ketika berpindah dari desa ke kota banyak yang merubah gaya hidupnya. Mulai dari cara berbicara, berpakaian, kebiasaan dan pola konsumsi. Mahasiswa-mahasiswa ini sering menghabiskan waktu luangnya untuk berkumpul dengan teman sebayanya.¹⁹

Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama kelamaan akan menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar agar setara. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Hal

¹⁹ Ariza Qurrota 'Ayun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop* (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)", ..., h. 3.

ini menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada prestasi maupun masa depan, namun lebih fokus pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang.²⁰

Gaya hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri seperti norma, ritual, pola-pola tatanan sosial, dan mungkin juga cara seseorang berbahasa. Sedangkan gaya hidup bisa diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang mereka konsumsi, dan bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Gambaran gaya hidup mahasiswa yang diharapkan yakni mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang mengisi waktunya dengan belajar untuk menambah pengetahuan, keterampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan negara.²¹

Keadaan ini juga tidak terkecuali bagi mereka yang sedang menuntut ilmu pengetahuan pada Fakultas Ekonomi dan

²⁰ Ariza Qurrota 'Ayun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop* (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)", ..., h. 4-5.

²¹ Ariza Qurrota 'Ayun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Online Shop* (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)", ..., h. 4.

Bisnis Islam. Meskipun mereka berada dilingkungan yang serba Islami, mulai dari Universitas, Fakultas serta Jurusannya, bahkan mempelajari gaya hidup dan perekonomian yang dipadukan dengan ajaran-ajaran Islam, namun tidak ada jaminan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak terjebak dalam gaya hidup belanja *online*, hal ini dapat dilihat dari cara bergaul dan mode pakaian yang ditunjukkan saat ke kampus.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS GAYA HIDUP BELANJA ONLINE MAHASISWA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018)**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang akan dibahas adalah bagaimana gaya hidup belanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan bagaimana gaya hidup belanja *online* dalam perspektif ekonomi Islam, studi kasus pada penelitian ini mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018.

Adapun jumlah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2018 yaitu 213 Mahasiswa. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara langsung secara mendalam serta wawancara tertulis dalam bentuk kuesioner dengan responden yang dianggap memiliki kapasitas untuk memberikan informasi terkait dengan apa yang dibutuhkan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup belanja *online* mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018?
2. Bagaimana gaya hidup belanja *online* dalam perspektif ekonomi Islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan pembahasan yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya hidup belanja *online* mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018.
2. Untuk mengetahui gaya hidup belanja *online* dalam perspektif ekonomi Islam.

E. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan pada bidang studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten serta dapat dipakai untuk acuan bagi penelitian-penelitian sejenis di tahapan lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian ini adalah diharapkan bisa menjadi landasan dalam memahami perilaku gaya hidup belanja *online* dan cara menghadapinya melalui pemahaman media literasi serta menurut perspektif ekonomi

Islam. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan tentang perilaku gaya hidup yang terjadi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebagai rujukan dari penelitian yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti berupaya mencari referensi hasil penelitian terdahulu untuk membantu dalam proses pengkajian penelitian ini. Ada 8 jurnal terdahulu yang beberapa diantaranya adalah membahas mengenai gaya hidup belanja *online*, gaya hidup konsumtif, *online shop*, *fashion*, dan juga ada beberapa yang dikaitkan dengan perspektif Islam. Untuk lebih jelas mengenai persamaan dan perbedaan dengan jurnal terdahulu dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

| No | Peneliti | Persamaan | Perbedaan | Kesimpulan |
|----|------------------------------|---|--|--|
| 1. | Nurul Arbaini. ²² | Ada persamaan penelitian dalam pembahasan yaitu sama-sama mengambil kajian mengenai gaya hidup <i>shopaholic</i> dan terdapat persamaan pula dengan | Penelitian terdahulu lebih fokus pada gaya hidup <i>shopaholic</i> pada mahasiswa. Sementara penelitian saat ini yaitu gaya hidup <i>shopaholic</i> akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. Kemudian adanya | 1. Kebanyakan mahasiswa FISIP memiliki gaya hidup <i>shopaholic</i> yang bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya dengan memakai pakaian yang sedang tren agar tetap <i>fashionable</i> saat dikampus. Selain itu juga dengan berbelanja |

²² Nurul Arbaini, “Gaya Hidup *Shopaholic* Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau Yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)”, ...

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. | perbedaan dalam teknik pengumpulan sampel, dimana penelitian terdahulu menggunakan <i>Accidental Sampling</i> . Sementara penelitian ini menggunakan <i>Purposive Sampling</i> . Perbedaan lainnya yaitu pada sampel dimana penelitian terdahulu | dapat mengatasi kejenuhan atas rutinitas belajar mengajar yang dilakukannya. 2. Tipologi <i>shopaholic</i> pada mahasiswa khususnya mahasiswa FISIP adalah <i>shopaholic</i> kompulsif. |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|----|------|-----|---|---------------------|
| | | | <p>sampelnya yaitu mahasiswa FISIP Universitas Riau. Sedangkan sampel penelitian saat ini yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018.</p> | |
| 2. | Noor | Ada | Penelitian | 1. Hasil penelitian |

| | | | | |
|--|-------------------------------|--|--|---|
| | <p>Fatmawati²³</p> | <p>persamaan penelitian dalam pembahasan yaitu sama-sama mengambil kajian mengenai gaya hidup mahasiswa dan akibat adanya <i>online shop</i>. Terdapat persamaan pula dengan metode yang digunakan</p> | <p>terdahulu lebih fokus pada gaya hidup mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i>. Sementara penelitian saat ini gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. Perbedaan lainnya yaitu pada sampel dimana penelitian</p> | <p>menunjukkan bahwa <i>online shop</i> telah merubah gaya hidup mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif.</p> <p>2. Faktor yang mempengaruhi pemanfaatan <i>online shop</i> adalah efisiensi waktu, akses yang mendukung, serta sebagai pemenuhan</p> |
|--|-------------------------------|--|--|---|

²³ Noor Fatmawati, "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*", ...

| | | | | |
|----|-----------------|---|---|---------------------------------------|
| | | <p>yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p> | <p>terdahulu sampelnya yaitu mahasiswa IAIN Kudus. Sedangkan sampel penelitian saat ini yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018.</p> | <p>kebutuhan barang dan kepuasan.</p> |
| 3. | Delyana Rahmawa | Ada persamaan | Penelitian terdahulu lebih | 1. Gaya hidup berpengaruh |

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| | ny Pulungan dan Hastina Febriaty. ²⁴ | penelitian dalam pembahasan yaitu sama- sama mengambil kajian mengenai gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa. | fokus pada gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara penelitian saat ini lebih dikaitkan dengan gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. Perbedaan juga | positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. 3. Dari hasil uji hipotesis secara simultan disimpulkan |
|--|---|--|---|---|

²⁴ Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Volume 2, Nomor 3, 2018.

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>terlihat dari jenis data yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu hanya data primer. Sementara penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Lalu perbedaan pada teknik pengampilan sampel penelitian terdahulu menggunakan <i>Proportionate</i></p> | <p>bahwa gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</p> |
|--|--|--|---|--|

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p><i>Stratified</i></p> <p><i>Random</i></p> <p><i>Sampling.</i></p> <p>Sedangkan teknik pengampilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik <i>Purposive Sampling.</i></p> <p>Perbedaan lainnya yaitu pada sampel dimana penelitian terdahulu sampelnya yaitu mahasiswa</p> | |
|--|--|--|---|--|

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Manajemen. Sedangkan sampel penelitian saat ini yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin</p> | |
|--|--|--|---|--|

| | | | | |
|----|--|--|---|--|
| | | | Banten Tahun 2018. | |
| 4. | Husainatul Jazilah dan Siti Azizah. ²⁵ | Ada persamaan penelitian dalam pembahasan yaitu sama- sama mengambil kajian mengenai <i>Online shop</i> dan gaya hidup <i>shopaholic</i> . Lalu persamaan | Penelitian terdahulu lebih fokus pada <i>online shop</i> dan tren gaya hidup <i>shopaholic</i> . Sementara penelitian saat ini adalah gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. Kemudian ada | 1. Ada beberapa tipologi <i>shopaholic</i> pada mahasiswi di desa Dadapan Lamongan. 2. Kecanduan berbelanja <i>online</i> membentuk perubahan gaya hidup mahasiswi di desa dadapan Lamongan. Salah satu faktor penyebab terjadinya gaya hidup <i>shopaholic</i> |

²⁵ Husainatul Jazilah dan Siti Azizah, "Online Shop dan Tren Gaya Hidup Shopaholic di Kalangan Mahasiswi", *The Sociologi of Islam*, Volume 1, Nomor 2, 2021.

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | <p>pada metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p> | <p>perbedaan dalam pendekatan penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan fenomenologi, sementara penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis. Perbedaan lainnya yaitu pada sampel dimana penelitian terdahulu</p> | <p>yaitu selalu mengikuti perkembangan produk yang ada di <i>online shop</i>.</p> |
|--|--|--|--|---|

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>sampelnya yaitu mahasiswi di desa Dadapan Lamongan. Sedangkan sampel penelitian saat ini yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018.</p> | |
|--|--|--|---|--|

| | | | | |
|----|---|--|---|---|
| 5. | Yuniar Dwi Puspitasari ²⁶ . | Ada persamaan penelitian dalam pembahasan yaitu sama- sama mengambil kajian mengenai <i>shopaholic</i> pada mahasiswa dan terdapat persamaan pula pada teknik pengambilan | Penelitian terdahulu lebih fokus pada perilaku penemuan informasi mahasiswa <i>shopaholic</i> tentang <i>fashion</i> . Sementara penelitian saat ini yaitu gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. | 1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan mahasiswa dalam penemuan informasi <i>fashion</i> yang paling sering dicari yaitu pakaian. 2. Mengakses informasi seputar sang idola untuk melihat foto/video di |
|----|---|--|---|---|

²⁶ Yuniar Dwi Puspitasari, "Perilaku Penemuan Informasi Mahasiswa *Shopaholic* tentang *Fashion* di Surabaya", *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, Volume 11, Nomor 1, tahun 2020.

| | | | | |
|----|------------------------------------|--|---|---|
| | | <p>sampel yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan teknik <i>Purposive Sampling</i>.</p> | <p>Perbedaan lainnya yaitu pada lokasi penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian di 4 Universitas yang berbeda. Sementara penelitian ini hanya 1 Universitas saja.</p> | <p>media sosial sehingga bisa mengikuti tren <i>fashion</i> seperti sang idola.</p> |
| 6. | Rani Damayanti, St. Junaeda, Dimas | <p>Ada persamaan penelitian dalam pembahasan</p> | <p>Penelitian terdahulu lebih fokus pada <i>shopaholic</i> kalangan</p> | <p>1. Mahasiswa UNM asal Sampaga melakukan pemetaan dalam</p> |

| | | | | |
|--|-----------------------------|---|---|---|
| | Ario Sumilih. ²⁷ | yaitu sama-sama mengambil kajian mengenai <i>shopaholic</i> di kalangan mahasiswa dan terdapat persamaan pula dengan metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. | mahasiswa UNM asal Sampaga. Sementara penelitian saat ini ialah gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. Perbedaan lainnya yaitu pada sampel dimana penelitian terdahulu sampelnya yaitu | pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka dengan cara membagi antara pengeluaran kebutuhan primer, sekunder, dan tersier 2. Adanya anggapan dari mahasiswa bahwa melakukan <i>shopping</i> mampu menaikkan eksistensi dibidang pergaulan antar teman serta pemenuhan |
|--|-----------------------------|---|---|---|

²⁷ Rani Damayanti dkk, “*Shopaholic* di Kalangan Mahasiswa UNM Asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat”, *ALLIRI: JOURNAL OF ANTHROPOLOGY*, Volume 3, Nomor 2, 2021.

| | | | | |
|----|------------------------|------------------|--|-----------------------------------|
| | | | <p>mahasiswa UNM Asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat. Sedangkan sampel penelitian saat ini yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018.</p> | kebutuhan <i>lifestyle</i> . |
| 7. | Riska Nur Diana dan | Ada persamaan | Penelitian terdahulu lebih | 1. Bentuk gaya hidup konsumtif |

| | | | | |
|--|------------------------|---|--|---|
| | Sarmini. ²⁸ | <p>penelitian dalam pembahasan yaitu sama-sama mengambil kajian mengenai gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa dan <i>online shop</i>. Kemudian terdapat persamaan pula dengan</p> | <p>fokus pada gaya hidup konsumtif mahasiswa fakultas ilmu sosial dan hukum unesa akibat adanya <i>online shop</i> jilbab. Sementara penelitian saat ini yaitu gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam dan tidak terpaku hanya pada</p> | <p>mahasiswa FISH UNESA dalam berbelanja jilbab secara <i>online</i> meliputi dua nilai yang sangat menonjol yaitu simulakra dan nilai tanda.</p> <p>2. Faktor-faktor dominan yang menyebabkan pemilihan cara berbelanja jilbab secara <i>online</i> yaitu karena adanya faktor kebutuhan dan faktor <i>prestige</i>.</p> |
|--|------------------------|---|--|---|

²⁸ Riska Nur Diana dan Sarmini, "Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum UNESA Akibat Adanya *Online Shop* Jilbab", *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, Volume 2, Nomor 4, 2019.

| | | | |
|--|---|---|--|
| | metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Persamaan lainnya yaitu pada teknik pengumpulan data yang sama-sama menggunakan observasi dan wawancara. | <p><i>online shop</i> jilbab saja, melainkan <i>online shop</i> secara umum.</p> <p>Perbedaan lainnya yaitu pada sampel dimana penelitian terdahulu sampelnya yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum UNESA.</p> <p>Sedangkan sampel penelitian saat ini yaitu mahasiswa</p> | |
|--|---|---|--|

| | | | | |
|----|-------------------------------|---|--|--|
| | | | <p>mahasiswa</p> <p>Jurusan Ekonomi</p> <p>Syariah Fakultas</p> <p>Ekonomi dan</p> <p>Bisnis Islam</p> <p>Universitas Islam</p> <p>Negeri Sultan</p> <p>Maulana</p> <p>Hasanuddin</p> <p>Banten Tahun</p> <p>2018.</p> | |
| 8. | Arbanur Rasyid. ²⁹ | Ada persamaan penelitian dalam pembahasan yaitu sama-sama | <p>Penelitian</p> <p>terdahulu lebih</p> <p>fokus pada</p> <p>perilaku</p> <p>konsumtif dalam</p> <p>perspektif agama</p> <p>Islam. Sementara</p> | <p>1. Perilaku</p> <p>konsumtif</p> <p>dipengaruhi oleh</p> <p>adanya globalisasi</p> <p>yang tidak bisa</p> <p>dihindari.</p> <p>2. Ajaran Islam jika</p> |

²⁹ Arbanur Rasyid, "Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam", *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Volume 5, Nomor 2, 2019.

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| | | mengambil kajian mengenai perilaku konsumtif yang dikaitkan dalam perspektif agama Islam. | penelitian saat ini adalah gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa akibat adanya <i>online shop</i> dalam perspektif ekonomi Islam. | dilaksanakan dengan baik akan mampu menjadi senjata ampuh untuk mengendalikan manusia dari perilaku konsumtif. |
|--|--|---|---|---|

G. Kerangka Pemikiran

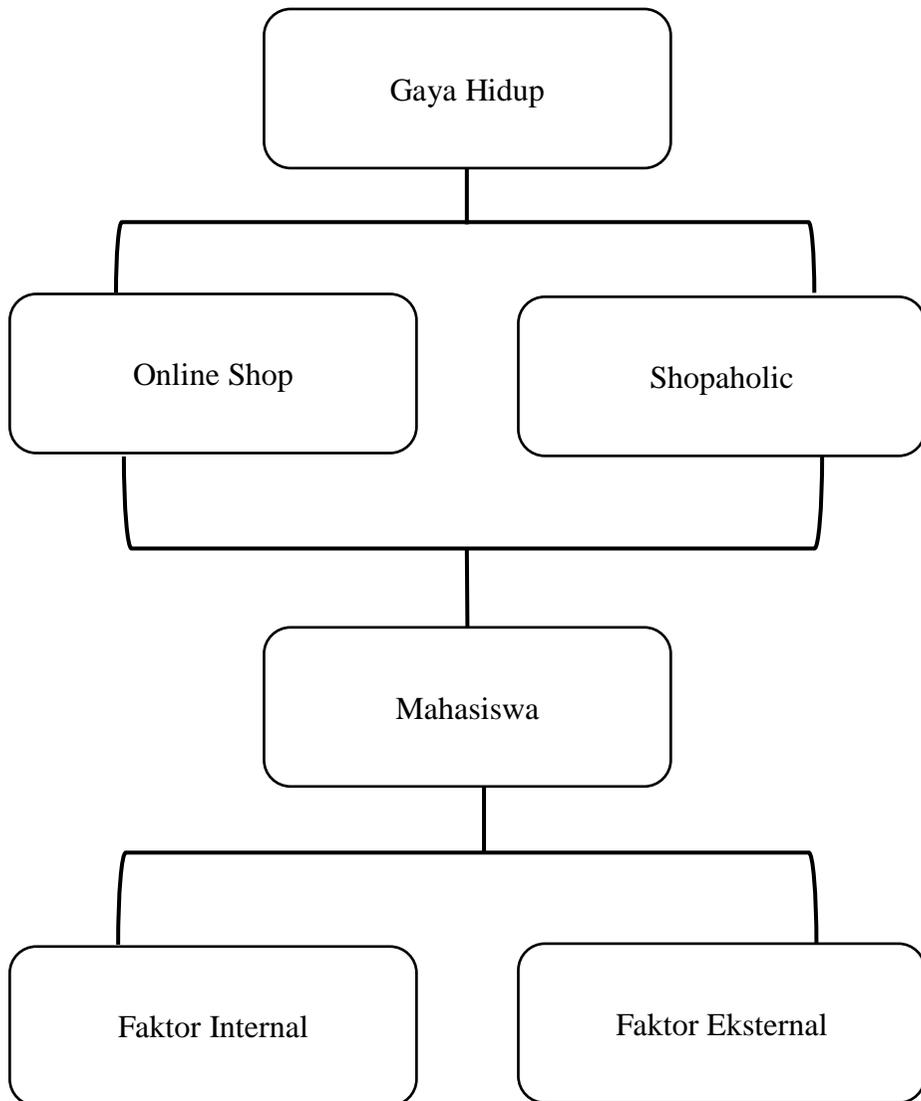
Kerangka pemikiran atau kerangka berpikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Di dalam kerangka pemikiran variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat

dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.³⁰

Pada saat ini penggunaan internet semakin populer terutama para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet. Mahasiswa tertarik mengkonsumsi produk *fashion* di *online shop* karena mudah diakses melalui internet kapan dan dimana pun. Banyak mahasiswa yang mengikuti tren sehingga pola konsumsi dan gaya hidup konsumsi yang berubah setelah mengenal *online shop*. Perubahan *fashion* terjadi secara teratur cenderung membentuk individu menjadi konsumtif hingga sampai pada tahap yang bisa dikatakan sebagai pelaku gaya hidup belanja *online*.

Dapat digambarkan suatu bagan kerangka pemikiran mengenai Analisis Gaya Hidup Belanja *Online* Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018) adalah sebagai berikut:

³⁰ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), h. 125.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

H. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang dilakukan pada Desember 2021 sampai Maret 2022.

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dan data penelitian berupa data primer serta beberapa hasil pengkajian buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Metode kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Sifat dari jenis penelitian dan penjelasan berakhir dilakukan dalam jumlah relatif kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis. Pendekatan sosiologis yaitu pendekatan dengan melihat aspek gejala sosial mahasiswa Jurusan

Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018 yaitu adanya belanja berlebih oleh mahasiswa karena mengikuti tren yang sedang berlaku.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari tempat objek penelitian dilakukan. Sumber primer diperoleh melalui wawancara langsung secara mendalam serta wawancara tertulis dalam bentuk kuesioner, observasi, dan dokumentasi mengenai Analisis Gaya Hidup Belanja *Online* Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018) meliputi:

1. Mahasiswa/i aktif Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2018.
2. Mahasiswa/i yang memiliki sarana berbelanja *online*

seperti akun *e-commerce* (Shopee, Lazada, Tokopedia dan lain-lain) serta media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp dan lain-lain).

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti buku, jurnal, artikel dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data ini adalah dengan mengumpulkan data-data yang akurat yang berhubungan dengan masalah ini, sehingga keabsahan data dapat diukur dan dapat dijadikan analisis sesuai dengan perumusan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang terdiri dari:

a. Pengamatan (observasi)

Mendatangi lokasi penelitian yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk mencari tahu sejarah dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan menemui mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2018 yang termasuk kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara langsung secara mendalam serta wawancara tertulis dalam bentuk kuesioner.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan selama proses penelitian berlangsung. Data dokumentasi diperlukan peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data-data yang didapatkan sudah terkumpul, tahap selanjutnya penulis mengklasifikasikan menurut masalahnya masing-masing yang kemudian dianalisis secara sistematis dan disimpulkan sehingga diperoleh data yang baik, jelas, dan akurat.

6. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi metode. Triangulasi metode adalah proses verifikasi data, antara wawancara dengan wawancara dan wawancara dengan observasi.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat dengan tujuan agar penelitian dapat mudah dipahami dengan baik. Secara sistematis, sistematika pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori serta istilah-istilah yang sesuai dengan pembahasan penelitian seperti gaya hidup, *shopaholic*, *online shop*, konsumsi dalam Islam, dan gaya hidup dalam perspektif ekonomi Islam.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknis analisis data dan teknik keabsahan data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai hasil penelitian berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembahasannya yang analitis dan terpadu. Serta temuan-temuan tersebut disajikan secara jujur dan apa adanya sesuai dengan etika ilmiah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi jawaban ringkas terhadap perumusan masalah dan saran dibuat berdasarkan hasil temuan penelitian serta dapat ditunjukkan kepada pengambil kebijakan, pengguna hasil penelitian, ataupun kepada peneliti berikutnya.