

ANALISIS TERHADAP KONSUMSI SANTRI DALAM BELANJA ONLINE SHOPEE MENURUT PERSPEKTIF IMAM HARAMAIN (STUDI KASUS PONDOK PESANTREN AL MUHAJIRIN 3 BAHRUL ULUM TAMBAKBERAS JOMBANG)

Amin Awal Amarudin¹, Reizah Febrianah²

Universitas KH. A. Wahab Chasbullah^{1,2}

Email: aaamarudin@gmail.com¹, reizahal@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumsi santri dalam berbelanja online melalui platform Shopee ditinjau dari perspektif muamalah Imam Haramain serta motif yang melatarbelakanginya. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang dengan pendekatan Kualitatif melalui studi kasus, Menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, Observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi belanja online santri umumnya dilakukan 2–4 kali per bulan dengan rata-rata pengeluaran Rp100.000–Rp200.000 per transaksi. Motif utama belanja online meliputi promo, kepraktisan, hobi, kebutuhan, efisiensi biaya, serta pengaruh lingkungan sosial. Secara keseluruhan, perilaku konsumsi santri dinilai selaras dengan prinsip-prinsip muamalah menurut perspektif Imam Haramain, yang menekankan kemaslahatan, pencegahan kerugian, penghindaran pemborosan, perlindungan harta, serta keadilan dalam peredaran ekonomi. Dengan demikian, belanja online di kalangan santri dapat berjalan sesuai dengan ajaran Islam apabila dikelola secara bijak dan proporsional.

Kata Kunci: Perspektif Imam Haramain, Konsumsi, Belanja Online.

Abstract

This study aims to analyze the consumption behavior of Islamic boarding school students (santri) in online shopping through the Shopee platform from the perspective of Imam Haramain's muamalah (religious transactions) and the motives behind it. The study was conducted at the Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang Islamic Boarding School with a qualitative approach through case studies, using data collection techniques in the form of questionnaires, observation, and documentation. The results of the study indicate that the frequency of online shopping among Islamic boarding school students is generally 2–4 times per month with an average expenditure of IDR 100,000–IDR 200,000 per transaction. The main motives for online shopping include promotions, practicality, hobbies, needs, cost efficiency, and the influence of the social environment. Overall, the consumption behavior of Islamic boarding school students is considered to be in line with the principles of muamalah according to Imam Haramain's perspective, which emphasizes the benefit, prevention of loss, avoidance of waste, protection of assets, and justice in economic circulation. Thus, online shopping among Islamic boarding school students can run in accordance with Islamic teachings if managed wisely and proportionally.

Keywords: Imam Haramain's Perspective, Consumption, Online Shopping

A. Pendahuluan

Hubungan jelas diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain. Sebuah perjanjian saling bertukar terjadi untuk memenuhi kebutuhan

tersebut. Jual beli adalah istilah untuk aset atau barang dengan adanya kerelaan satu sama lain.¹ Minat masyarakat dalam membeli barang atau jasa timbul dari suatu kebutuhan, keinginan maupun motivasi. Pembelanjaan online ini dapat memudahkan segala urusan karena cukup masyarakat mengoperasikan lewat aplikasi yang sudah tersedia apa yang di inginkan bisa didapatkan tanpa harus mengeluarkan effort yang lebih.²

Jual beli dalam istilah Bahasa Indonesia adalah kegiatan menukar barang dengan barang lain dengan cara tertentu. Penggunaan jasa dan alat tukar seperti uang juga termasuk dalam hal ini. Seiring dengan perkembangan manusia, metode dan alat yang digunakan dalam kegiatan perdagangan juga terus mengalami kemajuan.³ Transaksi jual beli secara online diartikan sebagai kegiatan jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya menggunakan internet. Di Indonesia, aktivitas jual beli online telah menjadi sebuah tren dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.⁴

Dalam kitab Majmu' fatwa di jelaskan bahwa harga yang seimbang adalah harga yang terbentuk secara alami melalui mekanisme pasar, yaitu hasil dari interaksi antara permintaan dan penawaran. Apabila masyarakat melakukan jual beli dengan cara yang wajar tanpa kecurangan atau ketidakadilan, lalu harga naik akibat kelangkaan barang atau meningkatnya permintaan, maka kenaikan tersebut dianggap sebagai ketentuan dari Allah SWT.⁵

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Padahal allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan barang riba.” Pada ayat tersebut, dijelaskan bahwa Allah SWT telah memperbolehkan transaksi jual beli dan melarang segala bentuk riba. Walaupun keduanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, namun ada perbedaan diantara keduanya. Bedanya jual beli dengan riba adalah terletak Pada dasar transaksi, keuntungan, dan keadilan. Pada dasar transaksi ini jual beli melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan harga yang di sepakati secara dil, sedangkan dasar transaksi dalam riba ini adalah tambahan yang dikenakan pada transaksi tersebut tanpa adanya manfaat yang nyata. Selain ayat diatas, jual beli juga dijelaskan pada surah An-Nisa’:29. Yang artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah sekali-kali kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar), kecuali berupa perdagangan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya allah maha penyayang kepadamu.⁶

¹ Rifka Aulia Jihan, *Studi Komparatif Fatwa Dsn-Mui Dan Fatwa Al-Lajnah Ad-Daimah Tentang Hukum Penggunaan Voucher Pada Shopee Member*, 2023.

² Windi Andini, “Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Online Shopee Paylater Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang,” n.d., 421–30.

³ Winika Nur Aisyah, Mukhlis Kaspul Anwar, and Lola Malihah, “Pengaruh Tagline Shopee ‘Gratis Ongkir Xtra’

Terhadap Minat Belanja Online(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam),” *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2022): 12–22.

⁴ Tiyas Ambawani and Safitri Mukarromah, “Praktik Jual Beli Online Dengan Sistem Pre-Order Pada Online Shop Dalam Tinjauan Hukum Islam Online Buying and Selling Practices with the Pre-Order System on the Online Shop in the Islamic Law Review” 1, no. 1 (2020): 35–46.

⁵ Abdul Aziz et al., “Konsep Penetapan Harga Pasar Dalam Perspektif Ibnu Khaldun Dan Ibnu Taimiyah Dan Relevansinya Pada Persaingan Harga Online Shop Shopee” 11 (2024): 11–22.

⁶ Jihan, *Studi Komparatif Fatwa Dsn-Mui Dan Fatwa Al-Lajnah Ad-Daimah Tentang Hukum Penggunaan Voucher Pada Shopee Member*.

Shopee, platform e-commerce milik SEA Group yang berkantor pusat di Singapura, didirikan oleh Forrest Li dan diluncurkan pertama kali pada tahun 2015. Sejak saat itu, Shopee telah memperluas jangkauannya dan kini menjadi salah satu e-commerce terbesar yang berperan penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat di Indonesia.⁷ Shopee menyediakan beragam jenis produk, mulai dari produk fashion hingga barang-barang kebutuhan sehari-hari. Shopee ini dilengkapi dalam bentuk aplikasi untuk memberikan kemudahan pada penggunaannya dalam melakukan aktivitas belanja online tanpa membuka situs web melalui perangkat komputer.⁸

Shopee merupakan salah satu platform yang sukses menarik minat masyarakat Indonesia untuk berbelanja secara online melalui berbagai program menarik. Walaupun begitu, sebagian masyarakat tetap bersikap waspada terhadap aktivitas belanja online karena adanya kekhawatiran terhadap penipuan atau barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Perkembangan Shopee di Indonesia berlangsung dengan sangat cepat, yang tercermin dari peningkatan nilai transaksi di platform tersebut dari tahun ke tahun. Nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 91%, di mana Shopee menjadi mitra terbesar dan berhasil mencatat gross merchandise value (GMV) mencapai US\$ 14,2 Miliar, sambil mendominasi pangsa pasar hingga 37%.⁹

Shopee menjadi marketplace yang paling diminati oleh para konsumen, karena fitur-fitur yang dimiliki oleh Shopee lebih interaktif. Ada beberapa keunggulan Shopee adalah banyaknya pilihan jasa pengiriman baik dalam negeri maupun luar negeri, banyak pilihan barang yang ditawarkan, mudah dalam hal bertransaksi, dan juga banyaknya promo yang diberikan untuk menarik para konsumen.¹⁰ Cara untuk menarik perhatian peminat pengguna Shopee sering diadakannya event yang menarik mulai dari promo potongan harga yang tidak terduga sampai pemakaian voucher.¹¹

Perkembangan internet telah menciptakan cara komunikasi yang sangat efektif, mendorong gaya hidup baru di masyarakat, termasuk santri. Kini, santri dapat mengakses pengetahuan global dengan mudah, dan fungsi internet telah berkembang dari sekedar penyedia informasi menjadi sarana melakukan transaksi secara online.¹² Pada era modern saat ini, kemajuan teknologi yang semakin canggih, khususnya dalam bidang digital, telah memberikan pengaruh besar terhadap perubahan aktivitas bisnis dan sistem

⁷ Luluk Fitria, Rois Arifin, and Aleria Irma Hatneny, "Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Santri Pesantren Kampus Ainul Yaqin Unisma)," *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 2021, 71–85, www.fe.unisma.ac.id.

⁸ Aisyah, Kaspul Anwar, and Malihah, "Pengaruh Tagline Shopee 'Gratis Ongkir Xtra' Terhadap Minat Belanja Online (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)."

⁹ Aziz et al., "Konsep Penetapan Harga Pasar Dalam Perspektif Ibnu Khaldun Dan Ibnu Taimiyah Dan Relevansinya Pada Persaingan Harga Online Shop Shopee."

¹⁰ Alimatul Farida et al., "Pengaruh Kualitas Produk Dan Sistem Pembayaran," *Iqtisodina* 01 (2016): 1–23.

¹¹ Moh. Holilur Rohman, "Slash-It Lazada: Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah Dalam Konsep Harga, Hak Milik Dan Pasar," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2022): 219, doi:10.24235/jm.v7i2.10628.

¹² Rizka Sri Damyanti, "Pengaruh Online Customer Review and Rating, e-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee," n.d.

belanja. Perkembangan teknologi ini cenderung mengubah perilaku konsumen terutama dalam hal belanja secara online.¹³

Di masa modern saat ini, berbagai aktivitas manusia bisa melakukan apapun dengan bantuan teknologi yang canggih. Satu contohnya adalah aktivitas pada bidang ekonomi, yaitu proses jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi, transaksi yang dahulu dilakukan secara langsung di tempat yang sama antara penjual dan pembeli kini mulai berubah, karena sudah bisa dilakukan dari lokasi yang berbeda melalui jaringan internet, baik menggunakan ponsel, laptop, maupun perangkat digital lainnya.¹⁴ Kemajuan digitalisasi pasti menimbulkan transformasi dalam kehidupan masyarakat, seperti: menyederhanakan berbagai kegiatan ekonomi, belanja online, pembayaran online dan lain-lain. Salah satu perubahan yang terjadi di masyarakat saat ini adalah peralihan minat berbelanja dari toko offline menuju belanja secara online melalui berbagai platform E-Commerce, dan salah satu platform yang populer adalah Shopee.¹⁵ Santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang, baik dari jenjang SLTA maupun mahasiswa, sering melakukan pembelian secara online melalui platform Shopee. Kemudahan dan efisiensi tenaga menjadi alasan utama, terutama bagi para santri yang memiliki keterbatasan untuk sering keluar dari lingkungan pondok. Pondok ini berlokasi di Kota Jombang dan berada di bawah pimpinan Ibu Nyai Hj. Churun 'In Malik, dengan jumlah santri putri sebanyak 65 orang, yang seluruhnya juga masih menempuh pendidikan formal.

Penelitian ini memilih platform shopee karena shopee merupakan salah satu marketplace yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia, termasuk di kalangan santri pondok pesantren Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. Urgensi penelitian tentang belanja online santri di shopee dalam perspektif Imam Haramain menjadi penting karena dapat membantu pembaca kesesuaian memahami nilai-nilai islam dalam belanja online. Disamping itu urgensi lainnya adalah agar para santri tidak terjebak pada transaksi online yang tidak sesuai dengan ajaran islam. Alasan peneliti memilih perspektif imam haramain dalam penelitian ini adalah karena pemikiran beliau memiliki konsep muamalah yang komprehensif dan berlandaskan pada kemaslahatan serta pencegahan kerugian dalam ekonomi islam. Imam Haramain juga menegaskan bahwa kegiatan ekonomi harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa menimbulkan mudarat, pemborosan, dan ketidakadilan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni peneliti mengumpulkan data langsung dari lapangan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan temuan tersebut.¹⁶ Penelitian ini menggunakan studi kasus yang difokuskan pada pondok pesantren Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang untuk menggali secara mendalam perilaku konsumsi santri dalam

¹³ mohammad syifa amin widigdo putrisma iffa rosada, "Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Melalui Shopee Saat Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Islam" 9, no. 02 (2023): 1658–66.

¹⁴ Jihan, *Studi Komparatif Fatwa Dsn-Mui Dan Fatwa Al-Lajnah Ad-Daimah Tentang Hukum Penggunaan Voucher Pada Shopee Member*.

¹⁵ Yasinta Lutfiana Devi, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Fashion Islami DI Marketplace Shopee (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Kelurahan Penggaron Kidul, Kecmatan Pedurungan, Kota Semarang)," 2023.

¹⁶ Muhajirin, Risnita, and Asrulla, "11+Gm+82-92," *Journal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024): 82–92.

belanja online melalui Shopee menurut perspektif Imam Haramain. Subjek penelitian adalah santri putri yang melakukan belanja online, sedangkan Objek penelitian mencakup pola konsumsi, motif, serta kesesuaian perilaku tersebut dengan nilai-nilai muamalah.

Menurut Creswell, J.W dalam bukunya menjelaskan bahwa jumlah partisipan dalam penelitian kualitatif tidak harus besar, dan sering kali berkisar antara 5 hingga 15 orang, tergantung pada tujuan penelitian dan jenis data yang ingin di kumpulkan.¹⁷

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, kuesioner terbuka, serta dokumentasi, yang memungkinkan peneliti memahami pengalaman dan pandangan santri secara langsung terkait para santri melakukan kebiasaan belanja online. Data primer berasal dari jawaban kuesioner, observasi aktivitas belanja, dan dokumentasi, sementara data sekunder diperoleh dari kitab maqashid Syariah Imam Haramain. Analisis data menggunakan model miles dan huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta dilengkapi uji keabsahan melalui credibility, transferability, dependability, dan confirmability untuk memastikan kualitas dan validitas temuan penelitian.¹⁸

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pola Konsumsi Santri Al-Muhajirin 3 Terhadap belanja Online di Shopee

Hasil survei terhadap 15 santri putri Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang menunjukkan 100% responden pernah belanja online di shopee, dengan frekuensi dominan 2-4 kali per bulan (46%) dan pengeluaran rata-rata Rp.100.000-Rp.200.000 per transaksi (76%). Mayoritas memiliki uang saku Rp.300.000-Rp.500.000 perbulan (40%), membeli skincare, fashion, dan sarana kebersihan (36%), serta selalu membandingkan harga (47%) dan memeriksa ulasan/rating (67%-60%).Santri merasa puas pasca-belanja (73%), memilih shopee karena praktis dan hemat waktu (79%), promo (14%), dan pengiriman lancar (40%), meski 67% pernah alami masalah seperti keterlambatan atau ketidaksesuaian barang. Belanja berdampak sedang pada pengeluaran bualanan (73%), dianggap gaya hidup modern (80%), tapi dipicu fomo dan tren sehingga rentan konsumtif. Adapun tabel sebagai berikut:

No	NAMA	Belanja Shopee	Uang Saku	Intensitas Belanja	Jenis Barang	Pengeluaran Perbulan	Masalah Belanja	Perbandingan Harga	Ulasan Produk	Pengaruh Pengeluaran	Perasaan Setelah Belanja	Tanggapan Belanja Online	Pengalaman Belanja Online	Saran Santri Belanja
1	KP	Ya	300-500	>5	Skincare, Fashion, Aksesoris	100-200	Tidak	Selalu	Sangat Penting	Sedang	Puas	Tidak	Memudahkan	Melibat Rating
2	RDMN	Ya	300-500	>5	Skincare, Fashion, Aksesoris	100-200	Ya	Selalu	Penting	Sedang	Puas	Ya	Pengiriman Lancar	Melibat Rating
3	TC	Ya	700-900	>5	Skincare, Sarana, Fashion	100-200	Tidak	Selalu	Sangat Penting	Besar	Puas	Ya	Memudahkan	Melibat Rating
4	FAK	Ya	500-700	1-2 Kali	Skincare, Fashion, Aksesoris	<100	Ya	Sering	Sangat Penting	Sangat Besar	Puas	Ya	Memudahkan	Melibat Rating
5	AM		500-		Skincare, Fashion,				Sangat				Pengiriman	Melibat
9	NRR	Ya	700-900	2-4 Kali	Skincare, Fashion, Aksesoris	100-200	Ya	Kadang-Kadang	Sangat Penting	Besar	Puas	Ya	Memudahkan	Melibat Rating
10	FAZ										Kadang			
17	Stephen J. Gentles et al., "Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature," <i>Qualitative Report</i> 20, no. 11 (2015): 1772–89, doi:10.46743/2160-3715/2015.2373.													
18	Sirajuddin Saleh, "Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung," <i>Analisis Data Kualitatif</i> 1, (2017): 81-89, https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf.													
		Ya	500-700	2-4 Kali	Kebersihan, Skincare, Fashion	<100	Ya	Selalu	Sangat Penting	Sedang	Kadang Puas, Kadang Menyesal	Ya	Memudahkan	Membaca Ulasan
12	QAZ	Ya	300-500	2-4 Kali	Alat Tulis	100-200	Tidak	Sering	Penting	Sedang	Puas	Tidak	Pengiriman Lancar	Membaca Ulasan
13	WAH										Kadang Puas, Kadang			

Pola hidup konsumtif adalah gaya hidup atau kebiasaan seseorang yang cenderung menghabiskan uang secara berlebihan untuk membeli barang atau jasa. Setiap orang berpotensi mengalami konflik psikologis saat berbelanja. Konflik antara alam bawah sadar, prasadar, dan sadar ini sering muncul. Konsumen Perempuan menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk terlibat dalam perilaku konsumtif dibandingkan laki-laki, karena para santri sering membeli barang didorong oleh aspek kesenangan atau keinginan (Hedonis) daripada pertimbangan fungsional atau manfaat produk.¹⁹

Menurut riset Kredivo, konsumen berusia 26-35 tahun menjadi penyumbang terbesar transaksi belanja online pada 2021 sebesar 48%, sedangkan kelompok usia 18-25 tahun berkontribusi 23%.²⁰ Dari perspektif ekonomi islam, konsumsi santri saat berbelanja di shopee harus rasional dan tidak berlebihan, sehingga pengeluaran harus sesuai kebutuhan yang halal agar tidak melanggar prinsip syariah.²¹

Bugi wibowo dan indra maulana menekankan pentingnya membandingkan harga sebelum membeli di shopee, dan aplikasi berbasis web dapat membantu konsumen melakukan proses ini secara lebih efisien tanpa membuka banyak website secara manual.²² Namun, Sharipuddin menjelaskan bahwa perbandingan harga pada E-Commerce memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi harga dari berbagai toko serta memilih produk dengan harga termurah.²³

Jean baudrillard menjelaskan bahwa gaya hidup modern santri tercermin dari pola konsumsi simbolik, dimana para santri memilih barang atau gaya yang mencerminkan identitas modern namun tetap selaras dengan nilai pesantren. Santri yang menerapkan gaya hidup ini mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman melalui teknologi, pendidikan, dan fasilitas modern tanpa meninggalkan prinsip agama. Gaya hidup modern tersebut bukanlah bentuk pelepasan tradisi, tetapi upaya mengintegrasikan

¹⁹ nuri aslami. Ridha Maysaroh siregar, neila susanti, "As-Syirkah : Islamic Economics & Finacial Journal" 2 (2023): 115–28, doi:10.56672/assyirkah.v2i1.48.

²⁰ Zulfia Handayani, "Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo," 2022.

²¹ Laila Evivatul Afidiana and Johan Afandi, "Consumption Understanding Dan Lifestyle Santri Putri Pondok Pesantren Al-Ghurobaa' Kudus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 2, no. 1 (2024): 1, doi:10.21043/jebisku.v2i1.2466.

²² I M Y Kusumah, "Aplikasi Perbandingan Harga Produk Dari Beberapa Situs Ecommerce Berbasis Web," *Jurnal Bangkit Indonesia* 1, no. 1 (2015): 1–7, <https://journal.stindonesia.ac.id/index.php/bangkitindonesia/article/view/511%0Ahttps://journal.stindonesia.ac.id/index.php/bangkitindonesia/article/download/51/26>.

²³ Sharipuddin, "Pemanfaatan Comparison Pricing Model (Model Perbandingan Harga) Pada E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Media Processor* 9, no. 3 (2014): 277–80.

11	SAK	Ya	700	2-4 Kali	Fashion	<100	Ya	Selalu	Penting	Sedang	Kadang Menyestal	Ya	Memudahkan	Melihat Rata
12	QAZ	Ya	300-500	2-4 Kali	Alat Tulis	100-200	Tidak	Sering	Penting	Sedang	Puas	Tidak	Pengiriman Lancar	Memudahkan
13	WAH	Ya	700-900	1-2 Kali	Fashion	100-200	Ya	Kadang	Sangat Penting	Sedang	Kadang Menyestal	Ya	Memudahkan	Memudahkan

nilai lama dengan kemajuan baru secara seimbang.²⁴ Persepsi kemudahan penggunaan Shopee memengaruhi keputusan pembelian, karena pengguna merasa mudah mencari produk, bertransaksi, berkomunikasi dengan penjual, serta memesan dan membayar melalui fitur yang sederhana dan terintegrasi.²⁵

No	NAMA	Belanja Shopee	Uang Saku	Intensitas Belanja	Jenis Barang	Pengeluaran Perbulan	Masalah Belanja	Perbandingan Harga	Ulasan Produk	Pengaruh Pengeluaran	Perasaan Setelah Belanja	Tanggapan Belanja Online	Pengalaman Belanja Online	Saran Santri Belanja
1	KP	Ya	300-500	>5	Skincare, Fashion, Aksesoris	100-200	Tidak	Selalu	Sangat Penting	Sedang	Puas	Tidak	Memudahkan	Melihat Rating
2	RDMN	Ya	300-500	>5	Skincare, Fashion, Aksesoris	100-200	Ya	Selalu	Penting	Sedang	Puas	Ya	Pengiriman Lancar	Melihat Rating
3	TC	Ya	700-900	>5	Skincare, Sarana, Fashion	100-200	Tidak	Selalu	Sangat Penting	Besar	Puas	Ya	Memudahkan	Melihat Rating
4	FAK	Ya	500-700	1-2 Kali	Skincare, Fashion, Aksesoris	<100	Ya	Sering	Sangat Penting	Sangat Besar	Puas	Ya	Memudahkan	Melihat Rating
5	AM	Ya	500-700	2-4 Kali	Skincare, Fashion, Aksesoris	< 100	Ya	Sering	Sangat Penting	Sedang	Puas	Ya	Pengiriman Lancar	Melihat Rating
6	QAI	Ya	500-700	1-2 Kali	Fashion, Aksesoris	100-200	Ya	Kadang	Penting	Besar	Puas	Ya	Memudahkan	Melihat Rating
7	MF	Ya	300-500	>5	Skincare	<100	Tidak	Selalu	Sangat Penting	Sedang	Puas	Ya	Pengiriman Lancar	Mem baca Ulasan
8	NAA	Ya	700-900	2-4 Kali	Aksesoris, Alat Tulis	100-200	Ya	Kadang	Sangat Penting	Sedang	Biasa Aja	Ya	Pengiriman Lancar	Melihat Rating

2. Motif yang Melatarbelakangi santri dalam melakukan belanja online di shopee

Berdasarkan hasil penelitian, motif utama santri berbelanja online di Shopee dipengaruhi oleh promosi dan lingkungan sosial, terutama teman. Kemudahan akses, efisiensi waktu, fleksibilitas memilih produk, harga terjangkau, serta kelangkaan barang di toko fisik semakin mendorong mereka beralih ke platform online. Belanja online juga digunakan sebagai sarana menghilangkan stres dan menjadi hobi bagi sebagian responden. Reputasi penjual melalui rating sangat diperhatikan dalam pengambilan keputusan. Secara umum, tujuan belanja online adalah mendapatkan kemudahan dan penghematan, dengan promosi dan efisiensi biaya sebagai daya tarik utama. Kombinasi faktor sosial, emosional, kemudahan, dan insentif harga menjadi pendorong dominan perilaku belanja santri.

Santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3 Bahrul Ulum Tambakberas Jombang termotivasi belanja online shopee oleh pengaruh teman dan promo (masing-masing 13%), kemudahan transaksi (80%), serta kelangkaan produk dan hobi (73%). Sebanyak 80% tergiur diskon meski tidak butuh, 67% dipengaruhi teman, dan 100% perhatikan rating seller. Adapun table selengkapnya sebagai berikut:

²⁴ Sudrajat Dwika Alvanico, "Gaya Hidup Konsumsi Fashion Santri Bahrul Ulum Tambakberas Jombang," *Paradigma* 22, no. 1 (2022): 18, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/49486>.

²⁵ Hasdani, Mohammad Nasir, and Burhanuddin, "Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo," *Jurnal Manajemen Sains* 1, no. 3 (2021): 187-96, <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>.

No	NAMA	Alasan utama	karena promo	Lebih praktis	Lebih boros	Agar bahagia	Pengaruh teman	Produk langka	Karena hobi	Rating seller	belanja shopee	Keuntungan belanja shopee
1	KP	Promo, murah, mudah	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Hemat	Promo, hemat
2	RDMN	Pengaruh teman, promo	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Promo	Promo, hemat
3	TC	Promo, murah, mudah	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Praktis	Promo, hemat
4	FAK	Pengaruh teman, promo, murah, mudah	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Praktis	Tidak keluar rumah
5	AM	Promo, murah, langka	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	karena suka	Praktis
6	QAI	Murah, coba-coba	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	kebutuhan	Promo, hemat
7	MF	Mudah	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Hemat	Praktis
8	NAA	Promo, mudah, langka, hobi	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	karena kebutuhan	Promo, hemat
9	NRR	teman, promo, murah	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Promo	Promo, hemat
10	FAZ	Banyak promo	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Hemat	Tidak keluar rumah
11	SAK	Teman, promo, murah	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Praktis	Praktis
12	QAZ	Hobi	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Hemat	Promo, hemat
13	WAH	Murah, coba-coba	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Promo	Promo, hemat
14	LJ	Promo, mudah	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Praktis	Tidak keluar rumah
15	BNR	Teman, promo, murah	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	karena kebutuhan	Promo, hemat

Megawati Dewi Yunitasari menjelaskan dalam penelitiannya bahwa alasan utama konsumen berbelanja di Shopee adalah harga yang terjangkau, kualitas produk yang memadai, serta kemudahan dan kepraktisan berbelanja kapan saja dan di mana saja. Promo dan diskon juga menjadi daya tarik penting. Konsumen merasa lebih terbantu karena dapat berbelanja tanpa keluar rumah, terutama bagi yang memiliki kesibukan atau mobilitas terbatas, ditambah pilihan pembayaran yang fleksibel dan keamanan transaksi yang cukup terjamin.²⁶

Salah satu motif utama santri berbelanja online di Shopee adalah promo. Penelitian *Pengaruh Promosi Cashback pada Shopee dan Harga terhadap Perilaku Konsumen* menunjukkan bahwa diskon dan cashback berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian santri, sehingga promo menjadi motif penting dalam perilaku konsumsi para santri.²⁷ Selain itu, menurut Sari, fleksibilitas waktu juga menjadi alasan kuat karena pembeli dapat memesan barang 24 jam dan memilih produk dari katalog tanpa harus datang ke toko. Survei juga menunjukkan bahwa kelompok usia muda lebih menyukai belanja online karena kepraktisan serta efisiensi waktu dan biaya.²⁸

Fleksibilitas waktu menjadi salah satu alasan utama preferensi belanja online, karena konsumen dapat memesan barang selama 24 jam dan memilih produk melalui katalog tanpa harus mengunjungi toko fisik. Survei menunjukkan bahwa kelompok usia muda cenderung memilih belanja online karena kepraktisan serta efisiensi waktu dan biaya.²⁹

²⁶ Megawati Dewi Yunitasari, "Pengaruh Motivasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 2 (2022): 325–30.

²⁷ Volyn Visya Handini et al., "Pengaruh Promosi Cashback Pada Shopee Dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen," *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 3 (2024): 80–90, doi:10.61132/santri.v2i3.567.

²⁸ Josefid Keitharo, "Perilaku Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa," 2021, 1–23, <https://www.kompasiana.com/josefidkeitharo4198>.

²⁹ Ibid.

Sementara itu, penelitian wardatul hasanah dan imroatus sholeha mengungkap bahwa perilaku konsumtif santri di tunjukkan melalui pembelian produk fashion, kosmetik, dan makanan di pengaruhi oleh faktor lingkungan dan tren.³⁰

Data penelitian menunjukkan bahwa salah satu motif utama yang mendorong perilaku belanja santruu al muhajirin 3 adalah pengaruh teman sebaya. Temuan Rizki Munawaroh mengungkap bahwa teman sebaya memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam pembelian produk fashion muslim.³¹ Sejalan dengan itu, Nur Hasanah menjelaskan bahwa perilaku konsumsi santri tidak hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh keinginan, symbol status, dan tren yang berkembang, yang erat kaitannya dengan faktor sosial dan lingkungan pergaulan. Kajian dalam jurnal Ma'arif NU Jawa Tengah turut mengaskan bahwa konsumtivisme santri di era digital sangat dipengaruhi oleh budaya sosial, khususnya kuatnya pengaruh teman sebaya melalui media sosial, khususnya kuatnya pengaruh teman sebaya melalui media sosial dan platform belanja online.³²

Kelangkaan produk di toko offline menjadi salah satu alasan konsumen memilih berbelanja di shopee. Rahma menjelaskan bahwa pesan kelangkaan melalui fitur seperti flash sale, menciptakan rasa urgensi dan takut kehilangan produk, sehingga memicu pembelian impulsif. Kondisi ini menimbulkan antisipasi penyesalan jika barang yang diinginkan tidak tersedia, sehingga memperkuat motif berbelanja online. Penelitian menunjukkan bahwa indikator utama dari pesan nkelangkaan yang memengaruhi Keputusan konsumen adalah rasa takut kehabisan produk di toko offline.³³

Santri pondok pesantren Al-Muhajirin 3 dalam berbelanja cenderung mempertimbangkan review dan rating untuk menilai reputasi penjual. Temuan ini sejalan dengan penelitian haris, adiwijaya, dan Ar-Ruhimat yang menunjukkan bahwa rating, ulasan, dan respons penjual berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan minat beli pengguna shopee. Rating tinggi memberikan sinyal kualitas dan kredibilitas produk maupun penjual.³⁴ Studi E. J. Lee dan S. Y. Shin juga menegaskan bahwa ulasan pelanggan merupakan faktor krusial dalam pengambilan Keputusan pembelian karena mapu mengurangi risiko dan ketidakpastian. Dengan denikian, rating produk berkolerasi positif dengan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.³⁵

³⁰ Wardatul Hasanah and Faizul Abrori, "Perilaku Konsumtif Santri Putri Pondok Pesantren Nurul Huda Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *AQaduna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2023): 16–30, doi:10.52491/aqaduna.v1i01.32.

³¹ Amalia Yunia Rahmawati, "Pengaruh Lifestyle, Teman Sebaya Dab Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Mahasiswa Dalam Pembelian Produk Fashion Muslim," *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG*, no. July (2020): 1–23.

³² A ' Yunis et al., "ASNA: Jurnal Kependidikan Islam Dan Keagamaan KONSUMERISME PADA SANTRI DI ERA DIGITAL" 6, no. 2 (2024): 1–8.

³³ Nurul Anisa Rahma, Made Bayu Dirgantara, and Aulia Almadana, "Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan Dan Live Commerce Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif," *Diponegoro Journal of Management* 11 (2022): 1–12, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>.

³⁴ Haris Haris, Nelly Oktavia Adiwijaya, and Qurrota A'yuni Ar Ruhimat, "Pengaruh Rating, Review, Dan Response Penjual Terhadap Kepercayaan Dan Minat Beli Pengguna Shopee Se-Karesidenan Besuki," *INFORMAL: Informatics Journal* 7, no. 3 (2022): 199, doi:10.19184/isj.v7i3.35398.

³⁵ friska ayu Ningrum, "PENGARUH RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FASHION DI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern EL-Fira Purwokerto)," *Universitas Stuttgart*, 2011, 4127.

Santri memperoleh berbagai keuntungan praktis dan ekonomis dari berbelanja di shopee, seperti kemudahan transaksi, harga yang lebih terjangkau, serta peluang pengembangan keterampilan digital dan usaha. Namun, manfaat tersebut tetap perlu diimbangi dengan pengelolaan konsumsi yang bijak agar tidak memicu perilaku konsumtif berlebihan. Penelitian Inayatul Munawaroh menunjukkan bahwa kemudahan akses dan tingkat kepercayaan terhadap shopee meningkatkan keyakinan santri dalam bertransaksi.³⁶

3. Muamalah dalam perspektif Imam Haramain

Bedasarkan penelitian di Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3, santri melakukan belanja online di shopee terutama untuk memudahkan aktivitas dan memenuhi kebutuhan hidup di pesantren. Motif ini sejalan dengan tujuan muamalah menurut Imam Al-Haramain, yaitu memberikan kemudahan dan mencukupi kebutuhan manusia. Hal tersebut juga sejalan dengan Qs. Nuh ayat 10-12 yang menunjukkan bahwa Allah memberikan kelapangan rezeki untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hadis Riwayat Ibnu Hibban juga menekankan prinsip kemudahan dalam aktivitas muamalah. Sejalan dengan itu, ulama seperti Yahya al-Kinani menegaskan bahwa belanja sebaiknya difokuskan pada kebutuhan pokok, menjauhi pemborosan, dan memilih barang yang diperbolehkan secara syariat. Dengan demikian, inti dari aktivitas belanja adalah memenuhi kebutuhan secara seimbang, bermanfaat, dan tidak berlebihan.³⁷

Dalam belanja online di shopee menurut peneliti berpotensi mencegah kerugian karena konsumen dapat membandingkan harga, melihat ulasan, dan memilih produk dengan lebih efisien. Hal ini sesuai dengan tujuan muamalah menurut Imam Al-Haramain, yaitu mencegah kerugian dan menjaga kemaslahatan. Namun, tujuan tersebut tidak tercapai apabila konsumen berbelanja secara berlebihan atau kurang teliti dalam membaca ulasan produk, karena kedua hal tersebut justru dapat menimbulkan kerugian. Dalam ayat al quran terkait dengan hal tersebut dijelaskan dalam surah Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi :

وَابْتَئِ مِنَ الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Dijelaskan juga dalam HR Al-Bukhari (no.5406) dan muslim (no.106), dari abdullah bin Amr bin Al-Ash RA yang berbunyi:

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَابْسُؤُوا مِنْ غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ

Yang artinya : “Makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan kenakanlah (pakaian) tanpa berlebih-lebihan (israf) dan tanpa kesombongan (riya)”

Pendapat Yusuf Al-Qardlawi dalam mencegah kerugian ini adalah menegaskan bahwa mencegah kerugian dalam bertransaksi harus didasarkan pada prinsip keadilan, kejujuran, dan larangan Gharar (ketidakjelasan) serta larangan riba yang menyebabkan kerugian. Pendapat lain adalah Imam Al-Ghazali menyinggung pentingnya keseimbangan dan pengelola harta secara bijak sebagai cara mencegah kerugian.³⁸

³⁶ HANYDA INAYATUL MUNAWAROH, *PEMBELIAN ONLINE MELALUI SISTEM E-COMMERCE SHOPEE* Oleh :, 2020.

³⁷ Elintri Wahyuni, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Penimbunan Bahan Makanan Pokok Pada Masa Pandemi Covid-19” 19 (2021).

³⁸ Evan Hamzah Muchtar and Stai Asy-syukriyyah, “ . . . قِيمَاسِلَا قَاضِحَا لِعَلَّنَا رِيَّتَا ذَهْلُ مَرْتِيْذَا رَكْفَا اَرِيْخ . . . ”

Salah satu motif para santri melakukan belanja online shopee adalah Mencegah ketidaktahuan, hal ini sejalan dengan tujuan muamalah menurut perspektif Imam Haramain yaitu mencegah ketidaktahuan. Dalam ayat al quran terkait dengan hal tersebut dijelaskan dalam surah An-Nisa' Ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Yang artinya “wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”

Sedangkan haditsnya yang menjelaskan tentang tujuan muamalah dalam mencegah ketidaktahuan. Peneliti mengambil dari hadits yang dijelaskan oleh HR Ahmad, no 9667: ibnu majah, no 2246, dinilai shohih oleh Al-Albani

لَا يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يَبِيعَ سِلْعَةً حَتَّى يُبَيِّنَ مَا فِيهَا

“Tidak halal bagi seorang muslim menjual satu barang sebelum ia menjelaskan (kekurangan) yang ada padanya.”

Salah satu ulama yang menjelaskan Muamalah dalam hal mencegah ketidaktahuan adalah Imam nawawi. Menurut beliau, umat islam ini harus mencari pengetahuan dalam bertransaksi untuk mencegah ketidaktahuan dalam belanja. Beliau juga menekankan bahwa transaksi harus bebas dari gharar (ketidakjelasan), seperti jual beli barang yang belum jelas kualitasnya, agar pembeli tidak dirugikan karena kebodohan.³⁹ Berdasarkan hasil penelitian di Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3, para santri melakukan belanja online shopee motifnya adalah Mencegah penghamburan harta. Penelitian ini diselaraskan dengan penjelasan ayat Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31

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

“wahai anak cucu adam, pakailah pakaian indahmu pada setiap (memasuki) masjid, dan makanlah serta minumlah, tetapi janganlah berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”

Hadits Nabi Muhammad SAW juga menekankan pencegahan pemborosan harta sebagai bagian dari akhlak yang mulia. Salah satu hadits utamanya adalah:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا، قَالَتْ: كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يُحِبُّ الْعَيْشَ الْمُقِيلَ، وَيَكْرَهُ الْإِسْرَافَ

Dari aisyah RA, beliau berkata: “Rasulullah SAW menyukai kehidupan yang sederhana, dan membenci pemborosan.” Hadits ini menunjukkan teladan nabi saw sebagai pencegah utama penghamburan harta, dengan memilih gaya hidup sederhana. Penjelasan pada Imam Al-Ghazali dalam kitab Ihya Ulumuddin (bab tentang muamalah dan zuhud), menjelaskan bahwa israf timbul dari hawa nafsu yang tidak terkendali, dan pencegahannya adalah melalui taqwa serta ilmu. Beliau menekankan bahwa Nabi Muhammad SAW adalah teladan dalam menghemat harta.⁴⁰

دعاً يلازغها ماملإا اك : تمصلاخلا اباتك جاتنلا يف اء دجا رمتهم يلازغها ماملإا اك . ددجمو نيدلا نيزو ملاسلإا تمجد بقل يلع لوصلا ملاع يف . اء
يملاع ي ملاسلإا ركفلا يلع ريكر ريثأ ل ن اكو تاصصختلا ف” 1 (2022): 11–29.

³⁹ Jamaludin Acmad Kholik, “Analysis of the Hadith on the Principle of Transparency in Buying and Sale Transactions and Its Application in Syariah E-Commerce,” *Nabawi: Journal of Hadith Studies* 5, no. 2 (2024): 271–305, doi:10.55987/njhs.v5i2.196.

⁴⁰ Anik Faridah, “Perjalanan Pemikiran Tasawuf Imam Al Ghazali Dalam Pendidikan Islam: Dari Tahap

Dalam kasus pembelian secara online oleh santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3, salah satu motif utama yang mendorong para santri dalam melakukannya adalah faktor pemeliharaan harta. Dalam Al-Qur'an dijelaskan pada surah Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفَقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Dan belanjakanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan dengan tanganmu sendiri, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

Salah satu hadits Nabi Muhammad Saw. Menekankan bahwa harta harus dijaga dengan keseimbangan, menghindari pemborosan yang bisa menggerogoti kekayaan dan mendekatkan pada kemiskinan. Hadits ini menjelaskan tentang memelihara dan melindungi harta (HR. Tirmidzi no.2417 dinilai sahih oleh Al-Albani):

لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ أَرْبَعٍ... وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَثْنِ اكْتِسَابِهِ وَفِيمَ أَنْفَقَهُ

“Tidak akan bergeser kaki seoranghamba pada hari kiamat sampai ia ditanya tentang empat hal, dan (diantaranya) tentang hartanya: darimana ia memperoleh dan untuk apa ia membelanjakannya.”

Penjelasan tentang memelihara dan melindungi harta sering dibahas dalam Fiqh muamalah dan Maqashid Syariah. Salah satu ulama yang terkemuka yang menjelaskan hal ini adalah Ibnu Taimiyyah. Beliau menjelaskan bahwa pemeliharaan harta adalah satu tujuan utama syariah, setara dengan menjaga agama, jiwa, akal, keturunan. Menurut beliau harta adalah penopang kehidupan, sehingga harus dilindungi dari: pengeluaran yang sia-sia, pencurian atau penipuan (dengan cara menjaga keamanan), penyerahan kepada yang tidak kompeten (seperti: orang gila atau anak kecil tanpa pengawasan).⁴¹

Salah satu dorongan pokok yang mempengaruhi para santri dalam melakukan belanja online adalah aspek penjaminan peredaran uang, yang dimaksudkan sebagai langkah memastikan sirkulasi dana yang lancar guna menjaga kelancaran ekonomi. Hal ini sejalan dengan tujuan muamalah menurut perspektif Imam Haramain yaitu memastikan peredaran dan sirkulasi uang agar ekonomi tetap berjalan secara adil dan efisien. Dalam ayat al quran terkait dengan hal tersebut dijelaskan dalam surah Al-Hasyr ayat 7:

مَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Agar harta itu tidak beredar hanya di antara orang-orang kaya dari kalangan kamu.”

Salah satu hadits Nabi Muhammad Saw. Menekankan peredaran dan sirkulasi uang agar ekonomi tetap berjalan secara adil di selaraskan dengan metode zakat

إِنَّ اللَّهَ فَرَضَ عَلَى الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ صَدَقَةً تُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ

“Sesungguhnya Allah mewajibkan atas orang-orang kaya di antara kalian zakat yang diambil dari harta mereka, kemudian dikembalikan kepada orang-orang miskin di antara kalian” hadits ini menunjukkan bahwa zakat adalah mekanisme sirkulasi kekayaan dalam islam. Uang tidak boleh berhenti di tangan orang kaya saja, tetapi harus mengalir kepada yang membutuhkan, agar ekonomi masyarakat tetap bergerak secara adil

Takhalli Hingga Tajalli,” *Launul Ilmi : Journal of Islam and Civilization* 1, no. 1 (2023): 1–19.

⁴¹ Fitra Analia, Achmad Abubakar, and Halimah Basri, “Konsep Pemeliharaan Harta Dalam Perspektif Maqasyid Syariah,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 5 (2023): 1352–59, doi:10.47467/elmal.v4i5.3161.

Yusuf Al-Qardhawai menjelaskan bahwa pada Qs. Al-Hasyr ayat 7 bertujuan mencegah oligopoli ekonomi, di mana harta hanya beredar di kalangan kaya, yang menyebabkan ketidakadilan dan stagnasi. Menurut beliau, sirkulasi uang yang adil dan efisien dicapai melalui: zakat dan infaq, dan larangan riba dan gharar.⁴²

Dalam konteks santri yang melakukan transaksi keuangan digital di Pondok Pesantren Al Muhajirin 3, salah satu alasan utama para santri adalah Faktor mitigasi (pencegahan) konflik. Dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَذُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَهُمْ يَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, dan janganlah kamu menyuap hakim-hakim dengan sebagian dari harta orang-orang yang kamu ambil dengan dosa, padahal kamu mengetahui.” Ayat ini secara tegas melarang penipuan dan suap. Dengan menekankan kesadaran dosa, ayat ini mendorong integritas untuk mencegah perselisihan yang merusak masyarakat.

Nabi muhammad Saw. juga menekankan pentingnya kejujuran dan amanah dalam menjaga transaksi agar tidak terjadi permusuhan.

المسلمون عند شروطهم إلا شرطا حرمه

“orang-orang muslim terikat oleh syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan sesuatu yang halal.” Ini berarti bahwa dalam transaksi keuangan, menjaga amanah dan syarat perjanjian adalah penting agar tidak menimbulkan konflik.

Ulama’ seperti Imam Al-Ghazali dalam kitab “Ihya Ulumuddin” menjelaskan bahwa salah satu tujuan syariat islam adalah menjaga hubungan baik antar sesama manusia, termasuk dalam transaksi ekonomi agar tidak terjadi fitnah, permusuhan, dan kerusakan sosial.⁴³

D. Penutup

Perilaku konsumsi santri dalam belanja online di Shopee menunjukkan bahwa frekuensi pembelian terbanyak berada pada kisaran 2-4 kali per bulan (46%). Sebanyak 27% berbelanja 1-2 kali, dan 27% berbelanja 1-2 kali, dan 27% lainnya lebih dari 5 kali dalam sebulan. ini menggambarkan bahwa mayoritas santri memiliki intensitas berbelanja yang tergolong sedang. Dari sisi pengeluaran, 76% santri menghabiskan Rp.100.000-Rp.200.000 setiap kali transaksi, sementara 24% lainnya mengeluarkan kurang dari Rp.100.000.

Motif konsumsi santri dalam belanja online di shopee di dominasi oleh alasan hiburan, dimana 73% responden menganggap belanja sebagai hobi yang menyenangkan, sementara 27% melakukannya karena kebutuhan. Tujuan utama para santri berbelanja adalah efisiensi biaya dan kepraktisan, masing-masing sebesar 27% faktor promo 20% dan ketertarikan pribadi 6%. Adapun keuntungan yang paling dirasakan adalah promo dan penghematan biaya (60%), serta kepraktisan berbelanja secara online (20%).

Perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin 3 Putri dalam berbelanja online melalui Shopee pada dasarnya sejalan dengan prinsip-prinsip muamalah menurut Imam Haramain. Ketujuh Indikator memudahkan pemenuhan kebutuhan, mencegah kerugian, menghindari ketidaktahuan, mencegah pemborosan harta, menjaga keamanan harta, memastikan peredaran uang yang sehat dan adil, serta mencegah konflik. Semuanya

⁴² Muhammad Fajar Siddiq, “Keadilan Ekonomi Menurut Perpektif Al-Qur’an (Tafsir Tahlili QS. Al-Hasyr Ayat 7),” 2020, 1–73.

⁴³ Faqih At et al., “Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam , Universitas Islam Negeri,” 2025.

tercermin dalam praktik belanja online yang dilakukan para santri. Belanja online tidak hanya memberikan kemudahan dan rasa aman, tetapi juga tetap berada dalam koridor muamalah yang dibenarkan. Dengan demikian, aktivitas belanja online santri melalui shopee tidak bertentangan dengan prinsip muamalah imam haramain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdiana, Laila Evivatul, and Johan Afandi. "Consumption Understanding Dan Lifestyle Santri Putri Pondok Pesantren Al-Ghurobaa' Kudus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 2, no. 1 (2024): 1. doi:10.21043/jebisku.v2i1.2166.
- Aisyah, Winika Nur, Mukhlis Kaspul Anwar, and Lola Malihah. "Pengaruh Tagline Shopee 'Gratis Ongkir Xtra' Terhadap Minat Belanja Online (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)." *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2022): 12–22.
- Amalia Yunia Rahmawati. "Pengaruh Lifestyle, Teman Sebaya Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Mahasiswa Dalam Pembelian Produk Fashion Muslim." *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG*, no. July (2020): 1–23.
- Ambawani, Tiya, and Safitri Mukarromah. "Praktik Jual Beli Online Dengan Sistem Pre-Order Pada Online Shop Dalam Tinjauan Hukum Islam Online Buying and Selling Practices with the Pre-Order System on the Online Shop in the Islamic Law Review" 1, no. 1 (2020): 35–46.
- Analia, Fitra, Achmad Abubakar, and Halimah Basri. "Konsep Pemeliharaan Harta Dalam Perspektif Maqasyid Syariah." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 5 (2023): 1352–59. doi:10.47467/elmal.v4i5.3161.
- Andini, Windi. "Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Online Shopee Paylater Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang," n.d., 421–30.
- At, Faqih, Thariq Harahap, Adelia Khirani Lubis, Miftahul Jannah, Fitri Hayati, and Sumatera Utara. "Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri," 2025.
- Aziz, Abdul, Universitas Islam, Negeri Siber, and Syekh Nurjati. "Konsep Penetapan Harga Pasar Dalam Perspektif Ibnu Khaldun Dan Ibnu Taimiyah Dan Relevansinya Pada Persaingan Harga Online Shop Shopee" 11 (2024): 11–22.
- Devi, Yasinta Lutfiana. "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Fashion Islami Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Kelurahan Penggaron Kidul, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang)," 2023.
- Dwika Alvanico, Sudrajat. "Gaya Hidup Konsumsi Fashion Santri Bahrul Ulum Tambakberas Jombang." *Paradigma* 22, no. 1 (2022): 18. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/49486>.
- Farida, Alimatul, Muhammad Nizar, Idris Maghfur, Lailanuh, and (2023). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Sistem Pembayaran." *Iqtisodina* 01 (2016): 1–23.
- Faridah, Anik. "Perjalanan Pemikiran Tasawuf Imam Al Ghazali Dalam Pendidikan Islam: Dari Tahap Takhalli Hingga Tajalli." *Launul Ilmi: Journal of Islam and Civilization* 1, no. 1 (2023): 1–19.
- Fitria, Luluk, Rois Arifin, and Aleria Irma Hatneny. "Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Santri Pesantren Kampus Ainul Yaqin Unisma)." *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 2021, 71–85. www.fe.unisma.ac.id.
- Gentles, Stephen J., Cathy Charles, Jenny Ploeg, and K. Ann McKibbin. "Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature." *Qualitative Report* 20, no. 11 (2015): 1772–89. doi:10.46743/2160-3715/2015.2373.
- Handayani, Zulfia. "Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo

- Ngabar Siman Ponorogo,” 2022.
- Haris, Haris, Nelly Oktavia Adiwijaya, and Qurrota A’yuni Ar Ruhimat. “Pengaruh Rating, Review, Dan Response Penjual Terhadap Kepercayaan Dan Minat Beli Pengguna Shopee Se-Karesidenan Besuki.” *INFORMAL: Informatics Journal* 7, no. 3 (2022): 199. doi:10.19184/isj.v7i3.35398.
- Hasdani, Mohammad Nasir, and Burhanuddin. “Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo.” *Jurnal Manajemen Sains* 1, no. 3 (2021): 187–96. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>.
- Jihan, Rifka Aulia. *Studi Komparatif Fatwa Dsn-Mui Dan Fatwa Al-Lajnah Ad-Daimah Tentang Hukum Penggunaan Voucher Pada Shopee Member*, 2023.
- Keitharo, Josefid. “Perilaku Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa,” 2021, 1–23. <https://www.kompasiana.com/josefidkeitharo4198>.
- Kholik, Jamaludin Acmad. “Analysis of the Hadith on the Principle of Transparency in Buying and Sale Transactions and Its Application in Syariah E-Commerce.” *Nabawi: Journal of Hadith Studies* 5, no. 2 (2024): 271–305. doi:10.55987/njhs.v5i2.196.
- Kusumah, I M Y. “Aplikasi Perbandingan Harga Produk Dari Beberapa Situs Ecommerce Berbasis Web.” *Jurnal Bangkit Indonesia* 1, no. 1 (2015): 1–7. <https://journal.sttindonesia.ac.id/index.php/bangkitindonesia/article/view/51%0Ahttps://journal.sttindonesia.ac.id/index.php/bangkitindonesia/article/download/51/26>.
- Muchtar, Evan Hamzah, and Stai Asy-syukriyyah. . “ . قاضحلا لىل لئلا ريثأئلا ذهل ثمرت يذلا . ركفلا اربخدأ لىل لازغلا ماملإا اك : قصلخلا اباتك جاتئلا ي ف ا دج ا رمثم ي لازغلا ماملإا اك . ددجمو نيدلا نيزو ملاسلإا قجد بقل لىل لوصحلا ملاع ي ف . ا يملاع ي ملاسلإا ركفلا لىل ريبك ريثأئلا ن اكو تاصصختلا ف ” 1 (2022): 11–29.
- Muhajirin, Risnita, and Asrulla. “11+Gm+82-92.” *Journal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024): 82–92.
- MUNAWAROH, HANYDA INAYATUL. *PEMBELIAN ONLINE MELALUI SISTEM E-COMMERCE SHOPEE Oleh :*, 2020.
- Ningrum, friska ayu. “PENGARUH RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FASHION DI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern EL-Fira Purwokerto).” *Universitas Stuttgart*, 2011, 4127.
- putrisma iffa rosada, mohammad syifa amin widigdo. “Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Melalui Shopee Saat Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Islam” 9, no. 02 (2023): 1658–66.
- Rahma, Nurul Anisa, Made Bayu Dirgantara, and Aulia Almadana. “Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan Dan Live Commerce Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.” *Diponegoro Journal of Management* 11 (2022): 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>.
- Ridha Maysaroh siregar, neila susanti, nuri aslami. “As-Syirkah : Islamic Economics & Finacial Journal” 2 (2023): 115–28. doi:10.56672/assyirkah.v2i1.48.
- rizka sri damyanti. “Pengaruh Online Customer Review and Rating, e-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee,” n.d.
- Rohman, Moh. Holilur. “Slash-It Lazada: Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah Dalam Konsep Harga, Hak Milik Dan Pasar.” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*

- 7, no. 2 (2022): 219. doi:10.24235/jm.v7i2.10628.
- Saleh, Sirajuddin. "Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung." *Analisis Data Kualitatif* 1 (2017): 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.
- Sharipuddin. "Pemanfaatan Comparison Pricing Model (Model Perbandingan Harga) Pada E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Media Processor* 9, no. 3 (2014): 277–80.
- Siddiq, Muhammad Fajar. "Keadilan Ekonomi Menurut Perpektif Al-Qur'an (Tafsir Tahlili QS. Al-Hasyr Ayat 7)," 2020, 1–73.
- Volyn Visya Handini, Nur Fadhila Maulana Akhyar, Lulu Lusy Irawati, Nadya Lailatunnajwa, and Arifudin Arifudin. "Pengaruh Promosi Cashback Pada Shopee Dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen." *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 3 (2024): 80–90. doi:10.61132/santri.v2i3.567.
- Wahyuni, Elintri. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Penimbunan Bahan Makanan Pokok Pada Masa Pandemi Covid-19" 19 (2021).
- Wardatul Hasanah, and Faizul Abrori. "Perilaku Konsumtif Santri Putri Pondok Pesantren Nurul Huda Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *AQaduna : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2023): 16–30. doi:10.52491/aqaduna.v1i01.32.
- Yunis, A ', Suadah Hidayat, Alin Nuril Asyifin, and Mohammad Zainudin Aklis. "ASNA: Jurnal Kependidikan Islam Dan Keagamaan KONSUMERISME PADA SANTRI DI ERA DIGITAL" 6, no. 2 (2024): 1–8.
- Yunitasari, Megawati Dewi. "Pengaruh Motivasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 2 (2022): 325–30.