PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazada di Medan)

Muhammad Ridwan, Ilham Galang Wahyudi

Universitas Potensi Utama
alamat, Jl. K.l Yos Sudarso Km 6.5 No. 3A Tanjung Mulia Medan
e-mail: muhammadridwan.sei@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam pada penguna situs belaja online aplikasi Lazada di Kota Medan. Disebabkan perpindahan perilaku berbelanja masyarakat dari berbelanja secara *ofline* menjadi online Metode yang digunakan seminar dan tanya jawab kepada peserta seminar. Peserta seminar diharapkan agar mengurangi pembelian barang yang tidak dibutuhkan agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Ekonomi Islam, Belanja online

1. PENDAHULUAN

Istilah toko *online* biasa disebut sebagai *e-commerce, web store* atau *virtual store.* Secara bahasa toko online berasal dari dua suku kata, toko dan online. Menurut kamus bahasa Indonesia, toko berarti sebuah tempat atau bangunan permanen untuk menjual barang-barang (pakaian, makanan, elektronik) dan sebagainya. Sedangkan *online* adalah sebuah keadaan disaat seseorang terhubung ke dalam sebuah jaringan ataupun sistem yang lebih besar. Dari pendapat tersebut dapat ditarik pemahaman bahwa toko *online* adalah tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam sebuah jaringan, aktivitas itu juga bisa disebut belanja online.

Saat ini, *e-commerce* menjadi sebuah trend dalam berbelanja. Hal ini disebabkan berbelanja *online* membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko yang memerlukan waktu yang lama serta mereka harus keluar dari rumah untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Belanja *online* menjadi alternatif bagi konsumen karena lebih nyaman daripada belanja *offline* yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir. Dengan kemudahan dan kenyamanan, konsumen akan memilih bertransaksi di e-commerce untuk memenuhi berbagai barang keperluannya, semisal baju, sepatu, gadget, buku, personal care, tas, DVD, dan lain-lain. Alasan kemudahan pembayaran menjadi faktor daya tarik situs jual-beli.

Setiap manusia yang hidup di atas muka bumi ini seoptimal mungkin melengkapi keperluan hidup baik yang bersifat primer maupun sekunder. Islam mengajarkan dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah kebutuhan *(needs)* lebih mendominasi bukan sekedar kepada keinginan *(wants)* hendaknya seorang muslim dalam berbelanja secara adil, dalam arti tidak kurang dan tidak berlebihan dari yang semestinya. Jangan pelit dan boros. Berbelanja untuk keperluan pribadi, dianjurkan dengan ukuran kewajaran. Sebagai mana firman Allah Subhanahu wa Ta'ala

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan pelit ialah berbelanja harus adil yang demikian. (QS: Al-Furqon 67)

Surah Al-furqon menjelaskan dalam membelanjakan hartanya seorang muslim tidak berlebih-lebihan. Yakni mereka tidak menghambur-hamburkan hartanya dalam berbelanja lebih dari apa yang diperlukan, tidak pula kikir. Tetapi mereka membelanjakan hartanya dengan pembelanjaan yang seimbang

dan selektif serta pertengahan. Sebaik-baik perkara ialah yang dilakukan secara pertengahan, yakni tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir.

Sebagai seorang muslim sudah selayaknya kita dalam mengkonsumsi barang-barang yang halal . Sebegaimana firman Allah Subhanahu wa Ta'ala

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

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS: Al-Baqarah 168)

Allah Subhanahu wa Ta'ala Maha pemberi rezeki bagi seluruh makhluk-Nya. Dalam hal ini pemberi nikmat. Allah membolehkan manusia memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makan yang halal, baik dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Allah melarang manusia mengikuti langkah-langkah setan, dalam tindakan menyesatkan hamba-hambaNya. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Hal itu agar manusia waspada terhadapnya.

Abdul Mannan, mengatakan dalam perilaku konsumsi sebaiknya tidak berlebih-lebihan, tidak boros, dinamis, dan wajar (moderat) sesuai dengan prinsip konsumsi Islam yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Hal ini secara ekplisit menyatakan agar muslim tidak berlebih-lebihan dalam konsumsinya dan tidak boleh berlebih-lebihan serta menjadi umat yang pertengahan. Karena dengan cara konsumsi tersebut akan membuat masyarakat menjadi lebih sehat jasmani dan rohaninya.

Sebagian masyarakat muslim kota Medan melakukan transaksi berbelanja online untuk membeli barang-barang yang ditawarkan oleh toko online. Transaksi berbelanja online dalam tinjauan fiqih hukumnya adalah mubah selama transaksi yang dilakukan tidak melanggar hukum Islam, barang yang dibeli merupakan barang yang halal terhindar dari perkara yang subhat dan haram, serta tidak terdapat unsur riba, kezaliman dan penipuan. Dalam berbelanja online setiap Muslim harus memperhatikan bagaimana produk itu digunakan, bukan hanya sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan tetapi memahami esensi dari produk tersebut sehingga tidak jatuh kepada perbuatan yang dilarang Allah.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti sebagai langkah awal penelitian kepada beberapa orang narasumber yang ada di kota Medan mulai dari manajer, karyawan swasta, guru, mahasiswa dan ibu rumah tangga, fakta yang peneliti dapatkan menunjukkan sebanyak 80% konsumen berbelanja online lebih didorong oleh faktor keinginan semata tanpa memperhatikan kembali kebutuan akan barang yang akan dibeli. Ditambah lagi adanya iklan yang menarik, produk yang ditawarkan bervariasi, pelayanan yang diberikan memuaskan konsumen dan risiko yang relatif kecil serta adanya potongan harga yang menjadikan konsumen lebih terdorong untuk membeli barang. Hingga akhirnya barang-barang yang dibeli ini menjadi bertumpuk, serta tidak semua barang dapat dipakai dan hanya menjadi barang koleksi.

Fakta ini dapat dilihat dari barang-barang yang mereka beli diantaranya baju, celana, sepatu, handphone, jam tangan, alat-alat elektronik, aksesoris mobil dan mainan anak-anak. Saat ada iklan pakaian, sepatu, handphone, alat-alat elektronik, aksesoris mobil, mainan anak-anak dan jam tangan dengan potongan harga yang besar beberapa konsumen tergiur untuk melakukan pembelian sekalipun barang-barang tersebut tidak termasuk ke dalam daftar kepentingan segera harus ditunaikan oleh pembeli. Hal ini terus berlanjut bahkan konsumen melakukan pembelian barang-barang tersebut berkali-kali dalam kurun waktu yang relatif singkat, padahal beberapa barang-barang tersebut bukan terkategori sebagai kebutuhan primer dan tidak harus dibeli saat barang yang lama masih dapat digunakan. Perilaku seperti ini sudah terkategori sebagai perilaku pemborosan tidak selaras dengan konsep ekonomi Islam.

Jika perilaku ini diabaikan terus menerus maka akan berdampak buruk terhadap keuangan keluarga, karena pengeluaran anggaran belanja setiap bulannya di luar dari anggaran belanja yang sudah ditentukan. Yang seharusnya sisa uang dapat ditabung untuk keperluan mendatang namun habis karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya tidak dibutuhkan. Selain berdampak buruk terhadap keuangan keluarga,

perilaku konsumtif ini juga akan menjauhkan konsumen dari perilaku yang tidak selaras dengan aturan Islam, terutama bagi kaum muslim Kota Medan.

Perilaku Konsumtif adalah tindakan seseorang dalam mengunakan produk yang menuntut kepada oran lain (produsen) untuk memperoduksi barang secara belebihan dalam jumlah banyak. Penelitian sebelumnya oleh Pandu Marindi dan Desi Nurwidawati dengan judul "Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Online Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya" Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa di antara variabel kepuasan konsumen dalam belanja online dengan perilaku konsumtif memiliki koefisien korelasi sebesar 78,9% yang berati hubungan kepuasan konsumen dalam belanja online dengan perilaku konsumtif kuat. sehingga kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan.

Seharusnya kaum muslimin saat berbelanja online hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja, namun kini telah terjadi pergeseran dalam aktivitas berbelanja dari memenuhi kebutuhan menjadi keinginan semata tanpa didasari dengan aspek ekonomi Islam. Diduga sebagian masyarakat muslim kota Medan suka berbelanja *online* secara *mubazir.* Melihat pemasalah tersebut peneliti tertarik untuk meneliti. Bagaimana perspektif ekonomi Islam menghadapi perilaku konsumtif masyarakat dalam berbelanja *online* ?

2. TINJAUAN TEORI

Manusia sebagai mahluk hidup dimuka bumi diciptakan Allah *Subhanahu wa Ta'ala* mempunyai potensi kehidupan (*thaqat al-hayawiyah*) akan makan, minum dan juga butuh kepuasan sepiritual di samping yang bersifat material dan sebaginya. Manusia diberikan kebebasan oleh Allah *Subhanahu wa Ta'ala* untuk mengkonsumsi apa yang ia inginkan, namun tetap harus terikat dengan perintah Allah sebagaimana firman-Nya.

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

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS: Al-Baqarah 168)

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* memberi rezeki bagi seluruh mahluk-Nya. Dalam hal ini pemberi nikmat. Allah membolehkan manusia memakan dan memakai segala apa yang ada di muka bumi, yaitu makan yang halal, baik dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Menurut kamus Al-Munawwir arti kata (كلوا)yang banyak/suka makan (perlahap) merupakan bentuk kata dasar dari أكل yang artinya makan. Senada dengan ayat di atas Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman.

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

Artinya: Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (*QS. Al-A'raf:31*

Mengenai ayat di atas Ibnu Abbas berkata makan dan berpakaianlah sesuka kalian asalkan kalian terhindar dari dua sifat berlebih-lebihan dan sombong. Hal tersebut diisyaratkan dalam alquran dengan memberikan batasan-batasan tertentu kepada umat Islam dalam mengonsumsi suatu barang/jasa. Batasan itu dipagari oleh suatu pandangan dasar bahwa segala anugerah Allah di muka bumi ini adalah anugerah yang harus dimanfaatkan oleh setiap umat

guna menuju kesejahteraan. Dalam hal konsumsi Rasullulah saw, melarang kepada umatnya untuk berlebih-lebihan lagi melampaaui batas. Sebagaimana sabda nabi Muhammad saw,

كُلُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ

Artinya: *Makanlah dan bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan sombong.* (HR. Abu Daud dan Ahmad)

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumberdaya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual. Dalam konteks inilah kita dapat berbicara tentang bentuk-bentuk halal dan haram, pelarangan terhadap *israf,* pelarangan terhadap bermewah- mewahan dan bermegah-megahan, konsumsi sosial, dan aspek-aspek normatif lainnya.

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia dapat meliputi: keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simpelicity*). Pembelanjaan yang dianjurkan dalam Islam adalah yang digunakan untuk memenuhi *"kebutuhan"* dan melakukan dengan cara rasional. *Israf* dilarang dalam Alquran .*Tabzir* berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam.

Karakteristik konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam sebagai berikut ini:

a. Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatasi oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara.
b. Konsumen yang rasional (*mustahlik al-aqlani*) senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun rohaninya. Cara seperti ini dapat mengantarkannya pada keseimbangan hidup yang memang menuntut keseimbangan kerja dari seluruh potensi yang ada, mengingat, terdapat sisi lain di luar sisi ekonomi yang juga butuh untuk berkembang.

   Nabi Muhammad saw, mengajarkan kita agar membelanjakan barang sesuai dengan kebutuhannya sesuai dengan hadis Rasulullah Saw yang berbunyi :

   وَكَانَ أَحَدُنَا إِذَا أَرَادَ مِنْهُ شَيْئًا أَخَذَ مِنْهُ حَاجَتَهُ

   Artinya: Dan jika salah seorang dari kami menginginkan sesuatu dari makanan itu, maka ia akan mengambil darinya sesuai kebutuhannya."(H.R Ahmad No 18336).

   Ajaran Islam sebenarnya bertujuan untuk mengingatkan umat manusia agar membelanjakan harta sesuai kemampuannya. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan dan juga tidak menekan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah pada kebakhilan. Manusia sebaiknya bersifat moderat dalam pengeluaran sehingga tidak mengurangi sirkulasi kekayaan dan juga tidak melemahkan kekuatan ekonomi masyarakat akibat pemborosan.

   Islam sangat memberikan penekanan tentang cara membelanjakan harta, dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga harta dengan hati-hati termasuk menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuaidengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.

c. Menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam

*(mustawa al-kifayah)*adalah ukuran, batas maupun ruang gerak yang tersedia bagikonsumen muslim untuk menjalankan aktifitas konsumsi. Dibawahmustawa kifayah, seseorang akan masuk pada kebakhilan, kekikiran, kelaparan hingga berujung pada kematian. Sedangkan di atas *(mustawa al-kifayah)*seseorang akan terjerumus pada tingkat yang berlebih- lebihan. (*mustawaisraf, tabdzir dan taraf*). Kedua tingkatan ini dilarang di dalam Islam.

d. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *daruriyat, hajiyat* dan *tahsiniyat. Daruriyat* adalah komoditas yang mampu memenuhi kebutuhan paling mendasar konsumen muslim, yaitu, menjaga keberlangsungan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al nafs*), keturunan (*hifz al nash),* hak dan kepemilikan dan kekayaan *(hifz al-mal),* serta akal pikiran (*hifz al aql).*Sedangkan *hajiyat*a dalah komoditas yang dapatmenghilangkan kesulitan dan juga relatif berbeda antara satu orang dengan yang lainnya, seperti luasnya tempat tinggal, baiknya kendaraaan dan sebagainya. Sedangkan *tahsiniyat*, adalah komoditi perlengkap yang dalam pengunaanya tidak boleh melebihi dua pioritas konsumsi di atas.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa karakteristik konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam adalah konsumsi sesuai dengan kebutuhan mengedepankan akal dan sesuai dengan perioritas barang yang akan dibeli.

Ekonomi dalam Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah Swt. Prinsip dasar perilaku konsumen Islami diantaranya:

a. Prinsip syariah yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi terdiri dari:
   1) Prinsip akidah yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggung jawaban oleh Pencipta.
   2) Prinsip ilmu yaitu : yaitu seseorang ketika akan mengkonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjaudari zat, proses, maupun tujuannya
   3) Prinsip *amaliyah*: sebagai konsekuensi aqidahdan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut, seseorang dituntut untuk menjalankan apa yang sudah diketahui, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram dan syubhat.

b. Prinsip kuantitas yaitu : sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam. Salah satu bentuk prinsip kuantitas ini adalah kesederhanaan, yaitu mengkonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, namun tidak juga pelit. Menyesuaikan antara pemasukan dan pengeluaranjuga merupakan perwujudan prinsip kuantitas dalam konsumsi. Artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.Selain itu, bentuk prinsip kuantitas lainnya adalah menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Prinsip dasar perilaku konsumen Islami adalah perilaku konsumen yang mengedepankan perinsip akidah yang mengedepankan segala sesuatu yang dilakukan oleh umat Islam akan dimintai pertangung jawaban diakhirat dan sangat berhati dalam membelanjakan harta.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dengan melakukan seminar di Majelis Taqarub Ilallah Mesjid *Istiqomah* Pasar VII Helvetia Medan. Peserta seminar perilaku konsumtif berjumlah 100 orang berasal dari masyarakat sekitar mesjid Istiqomah, Mahasiswa dan Anggota Majelis Taqarub Ilallah Metode pendukung dalam menyampaikan materi berupa leptop dan proyektor

4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung selama lebih kurang satu hari dari jam 08.00 WIB s.d 12.00 WIB dengan dihadiri peserta Majelis Taqarub Illallah. Kegiatan berupa penyampaian materi pokok. Acara berhubungan dengan konsep keputusan pembelian terhadap perilaku konsumtif serta tanya jawab antara peserta dan pembicara .

Berdasarkan dari penjelasan materi mengenai konsep perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini, kegiatan ini memberikan hasil sebagai berikut: Peserta seminar diharapkan agar mengurangi pembelian barang yang tidak dibutuhkan agar terhindar dari perilaku konsumtif membeli barang secara berlebihan setelah mendapatkan pemahaman materi perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam dari pemateri seminar. Ditunjukan dengan semangat dan antusias dari audiens selama acara dimulai, acara berjalan secara baik dan seminar dapat terarah sebagaimana yang diinginkan oleh pembicara. Acara berjalan baik dan kondusif.

Tabel 1. *Sasaran Peserta Berdasarkan Gander*

No	Sasaran Peserta	Jumlah	Persentase
1	Pria	30	30 %
2	Wanita	70	70 %
	Jumlah	100	100 %



Gambar 1. Foto Kegiatan Abdimas Majelis Taqarub Illah

5. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa, pengetahuan dan pemahaman peserta dan Anggota Majelis Taqarub Illah bertambah terhadap pemahaman perilaku konsumtif dan lebih berhati-hati dalam melakukan keputusan pembelian belanja online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis haturkan *sukron ahsasanal jaza* kepada Rektor Universitas Potensi Utama serta jajarannya yang telah memberi dukungan **financial** terhadap kegiatan PkM ini. Penulis haturkan *sukron ahsasanal jaza* kasih kepada ketua majelis Taqarub Ilalah yang telah mengijinkan penulis melakukan sosialisasi abdimas, serta pihak-pihak yang telah membantu secara materi dan imateri.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Ali, M. Hasan, 2003, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Fiqh Muamalat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

[2] Anto,Hendri, 2003*Pengantar Ekonomi Mikro Islami*, Ekonisia, Yogyakarta.

[3] Aziz , Abdul, 2008, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

[4]As-Sabatin Yusuf, 2011, Bisnis Islami dan Kritik Terhadap Bisnis ala Kapitalis diterjemahkan oleh, Yahya Abdurrahman, Al-Azhar Press, Bogor

[5] Departemen Agama, 2013, Alquran dan Terjemahan, Pustaka Al-Mubin, Jakarta.

[6] Feather, Mike Stone, 2005 Posmodernisme dan Budaya Konsumen, diterjemahan oleh, M.Z. Elisabeth, Pustaka Pelajar, Yogyakarta,:

[7] Harahap Isnaini dan M.Ridwan, 2006, Islamic Economic, FEBI Press, Medan.

----------, et.al., 2017, *Hadis-Hadis Ekonomi*, kencana, Jakarta.

[8] Imaduddin Abul Fida' Isma'il bin Umar bin Katsir, 2005 Tafsir Ibnu Katsir, diterjemahkan oleh . M. Abdul Ghoffar, Pustaka Imam Asy-Syafi'i Bogor.

[9] M. Abdul Mannan Ekonomi Islam, 1993, *Teori dan Praktek*, P.T. Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta
Misanam, Munrokhim, et. al., 2008, Ekonomi Islam, Rajagrafindo Persada, Jakarta.

[10]Pandu Marindi dan Desi Nurwidawati, 2015, Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Online Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya" Jurnal Penelitian Pisikologi Vol 03, No 2, hal 3

[11] Pusat Bahasa Dapartemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, , Balai Pustaka, Jakarta.

[12] Rosyidi, Suherman, 2000, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro*, Rajagrafindo Perasada, Jakarta.

[13] Sarwandi, 2016, *Toko Online Modern dengan Opencart*, Alex Media Komputindo, Jakarta.

[14] Syayid Ahmad, 2009, *Terjemah Tafsir Perkata*, Hadist no -18336, Pustaka Al-Fatih, Jakarta

[15] Warson, Ahmad Munawwir,2002, *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*, Pustaka Progressif,Surabaya.