

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Konsumsi Syariah

#### 1. Definisi Konsumsi Syariah

Sebenarnya jika kita kaji menurut Al-Quran, secara eksplisit istilah ekonomi tidak disebutkan. Tetapi jika kita telaah secara implisit, ekonomi disebutkan dalam surat Luqman ayat 19, yaitu dalam kata “*waqsid fi masy-yika*” yang artinya “dan sederhanalah kamu dalam berjalan”. Kata “*waqsi*” yang berarti sederhana. Terdapat dalam surat An-nahl ayat 9 yaitu “*qaṣḍ*” yang artinya lurus. Pengertian yang lebih mendekati kata ekonomi terdapat dalam surat At-Taubah ayat 42 yaitu “*qâshidan*” yang artinya kebutuhan atau sebuah keinginan. Sehingga para ekonom Muslim kontemporer sepakat terhadap penggunaan kata “*iqtishad*” sebagai padanan ekonomi. Istilah *iqtishad* adalah bagian dari subsistem “*muamalah*” yang mengandung arti pengaturan dalam sebuah bisnis dan transaksi. Islam merupakan agama sempurna yang mengatur berbagai permasalahan, baik permasalahan *aqidah*, *ubudiah* maupun *muamalah* serta akhlak.

Logikanya ekonomi Islam adalah ekonomi yang dijiwai ajaran-ajaran Islam. Menurut Lukman Hakim definisi ekonomi Islam menyangkut kumpulan prinsip umum tentang perilaku ekonomi umat yang diambil dari Al-Quran dan sunah Nabi Muhammad SAW. Dan pondasi ekonomi tersebut dibangun atas dasar pokok-pokok itu dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan waktu.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 9-10.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumsi diartikan sebagai pemakaian barang dari hasil produksi berupa pakaian, makanan dan lain sebagainya. Konsumsi merupakan kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kepuasan yang mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa.<sup>17</sup>

Konsumsi ekonomi Islam menurut Yusuf Qardhawi merupakan tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi sehingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi seorang konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena terdapat sifat kikir yang telah melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi akan berhenti, sehingga perkembangan bangsa akan terhambat.<sup>18</sup>

Konsumsi pada hakikatnya membelanjakan sesuatu untuk memenuhi segala kebutuhan. Dalam proses belanja yang dilakukan, seorang konsumen Muslim dibagi menjadi dua jenis, yaitu pembelanjaan dalam rangka memenuhi kebutuhan duniawi dan pembelanjaan untuk memenuhi kebutuhan akhirat.<sup>19</sup>

Dalam Islam tentunya tujuannya berbeda dengan tujuan konvensional yang hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mencapai kepuasan tetapi tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk mencapai *maṣlahah* duniawi dan ukhrawi. *Maṣlahah* duniawi dapat dicapai dengan terpenuhinya

---

<sup>17</sup> Fordebi Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam Konsep dan Aplikasi dan Bisnis Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2017), 371.

<sup>18</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin Lc, Dahlia (Jakarta: Gema Isani Press, 1997), 138.

<sup>19</sup> Y. Sutoyo Arief, "Konsumen Rasional dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2012, 22.

kebutuhan seperti sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan dan hiburan. Sedangkan kebutuhan *maṣlahah* ukhrawi dapat terpenuhi jika barang yang dikonsumsi didapatkan dengan cara yang halal dan barang tersebut juga dihalalkan dalam Islam.<sup>20</sup>

Konsumsi secara umum mengacu pada penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsimempunyai pengertian yang sama namun ruang lingkupnya berbeda. Perbedaan mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan dan cara mencapai konsumsi tersebut harus mengikuti pedoman Syariat Islam.

Islam sebagai *rahmatan lil 'ālamīn* menjamin agar sumberdaya dapat disalurkan secara adil. Salah satu upaya untuk menjaga dan menjamin keadilan dalam penyaluran sumberdaya adalah mengatur pola konsumsi sesuai dengan syariah islamiyah yang sudah ditetapkan oleh al-quran dan sunnah. Konsep keberhasilan dan kesuksesan seorang muslim bukan diukur dari seberapa besar harta kekayaan yang diperoleh dan dimiliki. Kesuksesan seorang muslim diukur berdasarkan seberapa besar ketakwaan seseorang akan membawa konsekuensi terhadap berapapun besar dan banyaknya harta yang dapat dia peroleh dan bagaimana cara mengoperasikannya. Dia akan selalu bersyukur meskipun harta yang dimiliki secara kuantitas relatif sedikit. Apalagi jika yang diperoleh lebih banyak, akan semakin memperbesar rasa syukur dan semakin besar bagian yang akan diberikan kepada yang kurang mampu. Demikian pula saat kekurangan harta, dia akan

---

<sup>20</sup> Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam* (Magelang: Unimma Press, 2018), 20.

tetap bersabar atas ujian yang telah menyimpannya dan tidak mengambil jalan pintas untuk mendapatkannya apalagi sampai melanggar ketentuan syariat islam.

Beberapa hal yang mendasari perilaku konsumsi umat Islam adalah terkait dengan urgensi, tujuan, dan etika konsumsi. Konsumsi mempunyai urgensi yang besar dalam setiap perekonomian karena tanpa konsumsi tidak ada kehidupan manusia. Oleh karena itu, sebagian besar konsumsi akan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan kewajiban hidupnya. Masyarakat diperintahkan untuk mengonsumsi dalam jumlah yang sesuai bagi dirinya, keluarganya, dan orang-orang terdekatnya. Namun konsumsi Islam tidak mengharuskan melebihi batasan untuk tujuan konsumsi dasar seperti mencuri dan merampok. Namun dalam keadaan darurat, jika ada resiko kematian, diperbolehkan mengonsumsi sesuatu yang haram hanya jika tidak berlebihan hingga situasi darurat selesai dan pada dasarnya Anda tidak menyukainya.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia akan mendapatkan pahala. Dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan di konsumsinya. Para fuqaha' menjadikan memakan hal-hal yang baik ke dalam empat tingkatan, yaitu:

- a. Wajib. Mengonsumsi sesuatu yang dapat menghindarkan diri dari kebinasaan dan tidak mengonsumsi yang akan berdampak pada dosa.
- b. Sunnah. Mengonsumsi yang menghindarkan diri dari kebinasaan dan menjadikan seorang muslim mampai shalat dengan berdiri dan mudah berpuasa.
- c. Mubah. Sesuatu yang lebih dari sunnah sampai batas kenyang.
- d. Makruh/ haram. Konsumsi yang melebihi batas kenyang.

Seorang muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan akhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat yang dapat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia saja sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini. Oleh sebab itu, konsumsi islam menjadikan kita ingat kepada Allah SWT, yaitu dengan tidak boros, tidak kikir, tidak israf, tidak memasukkan ke dalam mulutnya dari sesuatu yang haram dan tidak melakukan pekerjaan haram untuk memenuhi konsumsinya. Konsumsi islam akan menjauhkan diri seseorang dari sifat egois, sehingga seorang muslim akan menafkahkan hartanya untuk kerabat terdekat (sebaik-baik infak), fakir miskin dan orang-orang yang membutuhkan dalam rangka untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.<sup>21</sup>

Pada dasarnya konsep pemikiran konsumen saat ini dalam dunia perekonomian didasarkan pada dua faktor, yang pertama adalah *Utilitas*,

---

<sup>21</sup> Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islami*, No. 2 (Semarang: Dinamika Pembangunan, 2006), 196-199.

Dimaknai sebagai konsep kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Yang kedua adalah *maṣlahah*, dimaknai sebagai konsep yang memetakan perilaku konsumen berdasarkan prinsip kebutuhan dan prioritas. *Maṣlahah* merupakan sintesa fakir dan dzikir serta merepresentasikan motif kesederhanaan personal dalam segala bentuk keputusan konsumsi. Dengan kata lain, bertujuan untuk menciptakan manfaat dan menghilangkan kerugian melalui konsumsi berdasarkan kebutuhan.

## 2. Tingkatan Konsumsi Syariah

Menurut Imam Al-Ghazali kebutuhan (*hâjat*) merupakan keinginan seorang manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.<sup>22</sup>

Sedangkan menurut Asy Syatibi, rumusan kebutuhan seorang manusia dalam Islam meliputi tiga tingkatan, diantaranya:<sup>23</sup>

- a. *Daruriyat* isinya; *dīn* (agama), *nafs* (kehidupan), *'aql* (pendidikan), *naṣl* (keturunan), *mal* (harta).
- b. *Hajiyat*, tingkatan ini adalah pelengkap yang melindungi dan mengokohkan jenjang *daruriyat*.
- c. *Tahsiniyat*, tingkatan ini adalah tambahan bentuk untuk keindahan dan kesenangan *daruriyat* dan *hajiyat*.

---

<sup>22</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 69.

<sup>23</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 66-67.

### 3. Norma Konsumsi Syariah

Menurut Yusuf Qardhawi, ada tiga norma dasar yang menjadi landasan dalam berperilaku konsumsi seorang muslim yaitu:<sup>24</sup>

- a. Membelanjakan harta untuk hal kebaikan dan menghindari sifat kikir.
- b. Tidak melakukan *ke-mubadhir-an* (boros). Pemborosan adalah penggunaan harta kekayaan secara berlebihan pada sesuatu hal yang melanggar hukum.
- c. Kesederhanaan.

### 4. Prinsip Konsumsi Syariah

Dasar konsumsi dalam Islam menurut Lukman Hakim dalam buku Prinsip-prinsip Ekonomi Islam<sup>25</sup>, sebagai berikut:

- a. Prinsip Syariah
  - 1) Memperhatikan tujuan konsumsi

Tujuan dari perilaku konsumen muslim bukan hanya untuk memperoleh kepuasan melalui konsumsi suatu produk, namun juga untuk “ibadah” untuk mendapatkan keberkahan dari Allah SWT.

- 2) Memperhatikan Kaidah Ilmiah

Dalam mengkonsumsinya, umat Islam hendaknya memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan berarti produk yang dikonsumsi bebas dari kotoran dan penyakit, mempunyai manfaat, dan tidak memiliki kemudharatan.

---

<sup>24</sup> Yusuf Al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 138-170.

<sup>25</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 93-95.

Prinsip ilmiah yang memperhatikan prinsip keadilan. Prinsip keadilan mengandung arti bahwa dalam melakukan konsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, yaitu berada pada aturan atau hukum agama dan kebaikan (*halalan thayibah*).

#### b. Prinsip Kuantitas

##### 1) Sederhana

Tidak bermewah-mewah sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya, berada di antara boros dan pelit. Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah yang Maha Pengasih, seperti disebutkan dalam firman-Nya dalam surah Al-Furqon (67) yang artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara demikian”.<sup>26</sup>

Boros berarti penyalahgunaan dan membuang harta secara sengaja. *Mubazir* adalah orang yang melakukan tindakan yang menyalahgunakan, merusak dan menghambur-hamburkan harta dengan sengaja.

##### 2) Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen individu. Dimana permintaan

---

<sup>26</sup> Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2014), 28.

menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

## **B. Perilaku Konsumtif Perspektif Syariah**

### **1. Definisi Perilaku Konsumtif**

Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan atau membeli produk jenis yang sama dari merk lainnya. Atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut.<sup>27</sup>

Dalam Islam dianjurkan untuk pendistribusian dalam bentuk zakat, infaq, shadaqah dan wakaf yang menjadi tingkat kewajiban bagi seseorang yang memiliki kelebihan dari kebutuhannya. Seorang yang beruntung dalam memiliki kelebihan harta tidak boleh memenuhi kebutuhan pribadinya sendiri, karena dalam setiap harta yang dimiliki seorang muslim itu ada hak fakir miskin (masyarakat) yang harus ditunaikan.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Sumartono and Djabar, H. B, *Perilaku Konsumtif dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*, (Bandung: Alfabeta, 2002), 117.

<sup>28</sup> Ahmad Syafi'i Maarif, *Al-qur'an dan Tantangan Modernitas*, (Yogyakarta: Sipperss, 1993), 105.

Dimensi perilaku konsumtif menurut islam tersusun atas tiga aspek, yaitu:<sup>29</sup>

a. *Isrāf* (pembelian impulsif)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa mempertimbangkannya dahulu dan tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian serta biasanya bersifat emosional.

b. Tidak masuk akal (pembelian tidak rasional)

Dalam Islam tidak boleh melakukan aspek ini karena merupakan perilaku yang menghambur-hamburkan uang dengan tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. *Mubadhir* (pemborosan)

Suatu perilaku dimana seorang konsumen membeli barang yang dilakukan hanya untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dan membuat merasa trendy.

Seharusnya kita sadar akan pemenuhan kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan kesederhanaan tanpa perlu berperilaku konsumtif. Tujuan konsumsi dalam islam adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Pemenuhan kebutuhan (konsumsi) untuk pengabdian kepada Allah akan menjadikannya bernilai ibadah yang berpahala. Dalam kenyatannya, manusia dituntut untuk mencari rezeki, mengkonsumsi sesuatu yang halal dan tidak boleh berlebihan dalam membelanjakan sesuatu (harta). Perilaku konsumsi

---

<sup>29</sup> Mufarizzaturrizkiyah, Dr. Abdul aziz and Leliya, *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*, (Cirebon: CV. Elsi Pro, 2020), 9.

yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul-nya akan menjamin kehidupan manusia menjadi adil dan sejahtera didunia maupun diakhirat. Paham ini perlu diwaspadai, karena bisa merusak gaya hidup seseorang dengan menghalalkan segala cara untuk kenikmatan dan kesenangan saja. Sementara kebahagiaan dalam ajaran Islam bukan hanya mengejar kebahagiaan dan kenikmatan lahir yang sesaat, tetapi kebahagiaan adalah keseimbangan lahir dan batin yang dapat dinikmati dunia dan akhirat setelah berhasil mendapatkan ridha Allah SWT.

## **2. Indikator Perilaku Konsumtif**

Definisi konsep perilaku konsumtif amatlah bervariasi, tetapi intinya pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Berikut beberapa indikator perilaku konsumtif yang menyimpang dari perilaku konsumsi syariah menurut Sumartono:<sup>30</sup>

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Pembelian barang tidak melihat manfaatnya akan tetapi hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Apalagi hadiah tersebut tidak bermanfaat untuk kemaslahatan.

- b. Membeli produk hanya karena kemasan menarik.

Seseorang akan tertarik membeli sesuatu hanya karena kemasan berbeda dengan yang lain. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut. Mereka melihat dari kemasan yang menarik bahkan tidak melihat adanya logo halal yang

---

<sup>30</sup>Sumartono and Djabar, H. B, *Perilaku Konsumtif dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan terlevisi*, (Bandung: Alfabeta, 2002), 119.

tertera dalam kemasan tersebut. Maka hal tersebut tidak diketahui secara jelas barang halal atau tidak.

c. Membeli produk karena gengsi.

Demi gengsi, masyarakat lebih memilih membeli barang-barang yang menurut mereka dapat membantu menjaga penampilan dibandingkan membeli barang-barang lain yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari.

d. Membeli produk berdasarkan perkiraan harga (bukan atas dasar manfaat)

Konsumen cenderung berperilaku yang bercirikan gaya hidup mewah dan cenderung menggunakan apa pun yang dianggap paling mewah. Padahal dalam Islam dilarang bermewah-mewahan.

e. Munculnya pernyataan bahwa membeli produk dengan harga yang lebih mahal akan menimbulkan rasa percaya dirinya karena dipandang memiliki sisi yang lebih mewah, padahal sebenarnya Rasulullah SAW memberikan contoh hidup dalam kesederhanaan dan tidak harus terlihat mewah.

## C. Santri

### 1. Definisi Santri

Santri merupakan kelompok masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan ulama dan pesantren. Menurut C.C. Berg, kata Santri sendiri berasal dari bahasa India Shastri yang berarti orang yang memahami kitab suci agama Hindu atau ulama yang ahli dalam kitab suci agama Hindu.<sup>31</sup> Sedangkan menurut Nurcholish Madjid, ada dua pendapat mengenai asal usul

---

<sup>31</sup> Babun Suharto, *Dari Pesantren Untuk Umat: Reiventing Eksistensi Pesantren di Era Globalisasi*, (Surabaya: Imtiyaz, 2011), 9.

kata “Santri”. Pertama, ada anggapan bahwa kata “Santri” berasal dari kata Sanssekerta “Sastri” yang berarti membaca dan menulis. Nurchorish Majid mengatakan, pendapat tersebut didasari oleh kelas sastra di mana pelajar asal Jawa berupaya memperdalam agamanya melalui buku-buku yang ditulis dalam bahasa Arab. Kedua, bahwa kata santri sebenarnya berasal dari bahasa Jawa “cantrik” yang berarti “orang yang selalu mengikuti gurunya, kemana pun dia pergi atau di mana pun dia berada”.<sup>32</sup> Berbicara mengenai santri tentunya tidak bisa lepas dari pesantren. Pendirian pesantren ini dilakukan atas tujuan Iqomatuddin, sebagaimana tertuang dalam Alquran surat at-Taubah ayat 12: *“Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan diantara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya”*.<sup>33</sup>

Pondok pesantren merupakan wadah atau tempat para santri mengembangkan gagasannya tentang Islam. Mengandung faktor agama, sosial, dan ekonomi. Pada dasarnya pesantren mempunyai tiga fungsi, pertama sebagai basis (pusat sel) kader-kader pemikir agama, kedua sebagai lembaga penghasil sumber daya manusia, dan ketiga sebagai lembaga

---

<sup>32</sup> Yasmadi, *Modernisasi Pesantren: Kritik Nurcholish Madjid Terhadap Pendidikan Islam Tradisional*, (Jakarta: Ciputat Press, 2005), 61.

<sup>33</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2004), 206.

pemberdayaan umat yang mempunyai fungsi besar dalam masyarakat (pelaku pembangunan).<sup>34</sup>

## 2. Karakteristik Santri

Secara individu santri memiliki karakter yang berbeda-beda, dampak dari dialektika faktor intrinsik dan ekstrinsik. Karakter santri yang unik di antaranya: *Pertama, Theocentric*. Yaitu sebuah nilai dalam karakter diri santri yang didasarkan pada pandangan yang menyatakan bahwa sesuatu kejadian berasal, berproses, dan kembali kepada kebenaran Allah Swt. Karakter yang demikian membuat santri lebih hati-hati membawa dirinya untuk tidak terjerumus pada perbuatan yang subhat, apalagi haram. Spritualitas yang tinggi, membuat dirinya selalu merasa diawasi sang penciptanya. Sehingga diri, amal, dan perilaku kehiduapannya semata-mata untuk Allah , dan akan kembali pada Allah SWT.

*Kedua*, karakter sukarela dalam mengabdikan. Hal itu terlihat dari kepasrahan seorang santri dalam belajar di pesantren. Secara sukarela dalam melakukan setiap aktifitas pembelajaran dan pembiasaan lainnya, meskipun tanpa diawasi oleh seorang kiai atau ustadz.

*Ketiga*, santri identik dengan karakter kearifan, yakni bersikap sabar, rendah hati, patuh pada ketentuan hukum agama, mampu mencapai tujuan

---

<sup>34</sup> Syamsuri Syamsuri, "Strategi Pengembangan Ekonomi Berdikari di Pesantren Gontor Berbasis Pengelolaan Kopontren," *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (March 22, 2020):, <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2803>. 39.

tanpa merugikan orang lain, dan mendatangkan manfaat bagi kepentingan bersama.

*Keempat*, kesederhanaan dan kemandirian, adalah karakter khas santri, tidak tinggi hati dan sombong walau berasal dari orang kaya atau keturunan raja sekalipun. Fasilitas pesantren yang serba terbatas berperan dalam membentuk karakter kesederhanaan dan kemandirian santri. Sederhana dan mandiri bukan karena tidak mampu, tapi lebih menunjukkan pribadi yang peduli sesama, pribadi yang menyadari bahwa dunia adalah sementara. Bukti dari karakter tersebut, bahwa santri melakukan aktifitas domestik mereka sendiri-sendiri, seperti; mencuci, memasak, dan lain sebagainya. Kesederhanaan dilambangkan dengan kesamaan dalam berpakaian dan benda yang dimiliki tanpa bermewah-mewah.<sup>35</sup>

#### **D. Belanja Online**

Belanja *Online* ditemukan oleh pengusaha asal Inggris yaitu Micheal aldrich pada tahun 1979. Selanjutnya Palme, Tim Berners Lee adalah orang yang menciptakan server dan Browser *World Wide Web* pertama pada tahun 1990, kemudian pada tahun 1991 dibuka untuk tujuan komersial.

*E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan barang maupun jasa (*Trade of Goods and Services*) dengan menggunakan media elektronik. Di dalam *E-commerce* terdapat beberapa perdagangan via internet seperti dalam *Business to Consumer* (B2C) dan

---

<sup>35</sup> Ahmad Fauzi, *Peradaban Santri: Perspektif Kuasa-Pengetahuan*, (Malang: Penerbit Peneleh, 2020), 67.

*Bussiness to Bussiness* (B2B) serta perdagangan dengan pertukaran data terstruktur secara elektronik.

Pandangan tentang *E-commerce* atau yang sering dikenal dengan *Online Shopping* atau belanja online adalah penggunaan komputer atau *Smartphone* dan internet dengan *Web Browser* untuk membeli dan menjual produk. Belanja *Online* sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern. *Web* menjadi rekan utama dalam industri dan menciptakan saluran baru bagi para konsumen. Belanja *Online* bergantung pada konektivitas sumber daya internet dan banyak teknologi informasi yang mendukung setiap langkah proses transaksi jual beli. *E-commerce* adalah aktivitas bisnis yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara melalui jaringan komputer, khususnya Internet.

Berikut pengertian *E-commerce* dari empat perspektif:<sup>36</sup>

1. Perspektif komunikasi, *E-commerce* merupakan sebuah proses pengiriman barang, informasi, layanan atau pembayaran melalui *qris* melalui jaringan elektronik.
2. Perspektif proses bisnis, *E-commerce* adalah sebuah aplikasi dari teknologi yang menuju dari otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
3. Perspektif layanan, *E-commerce* ialah suatu media yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi

---

<sup>36</sup> Nufian Febriani and Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen di Era Digital*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2021): 22.

biaya layanan ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan proses pengiriman pengiriman.

4. Perspektif *Online, E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli maupun menjual produk, jasa ataupun informasi melalui internet dan sarana *online* yang lainnya.

Ada beberapa alasan mengapa beberapa orang lebih menyukai belanja *Online*, contohnya; konsumen dapat membeli barang kapan saja tanpa harus pergi ke toko, mereka dapat mendapatkan produk yang sama namun dengan harga yang lebih rendah atau berbeda dengan cara membandingkan di berbagai *situs web* secara bersamaan, konsumen kadang ingin menghindari kerumunan di toko atau kemacetan lalu lintas. Faktor-faktor ini dapat disimpulkan menjadi empat kategori, yaitu kenyamanan, informasi, produk dan layanan yang tersedia, efisiensi biaya dan waktu.

#### **E. Shopee**

Shopee merupakan platform *marketplace online* yang menjadi jembatan penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli secara *online* melalui perangkat *smartphone* mereka. Shopee menawarkan berbagai macam produk, mulai dari produk *fashion* sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Sasaran pengguna Shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan apapun termasuk kegiatan berbelanja. Untuk itu Shopee hadir dalam sebuah aplikasi *mobile* guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah, cepat dan tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer.

Shopee merupakan terusan dari Garena untuk merambah ke segmen *e-commerce*. Garena adalah penyedia platform internet konsumen yang berbasis di Asia yang didirikan di Singapura pada tahun 2009. Shopee tidak hanya hadir di pasar Indonesia saja, namun telah hadir di pasar Malaysia, Thailand, Singapura, Filipina, Taiwan, dan juga Vietnam. Merujuk pada halaman *Facebook* mereka, Shopee masuk ke pasar Indonesia pada bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir Juni 2015.

Keputusan membuka cabang di Indoneisa karena potensi yang dimiliki oleh negara ini. CEO Shopee Chris Feng mengatakan bahwa Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar dengan angka lebih dari 250 juta jiwa. Selain itu, penetrasi internet di Tanah Air semakin tinggi dengan lebih dari 100 juta pengguna internet. Meski telah dibuka di tujuh negara sekaligus, Shopee berikan sentuhan lokal, termasuk di Indonesia.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> R Apriliani, "Shopee", (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Jakarta 2017), 67.