

Pemahaman Kebutuhan Manusia Sebagai Modal untuk *Smart* dalam Berkegiatan Ekonomi

Ani Rohaeni ¹, WSJ. Dikara ^{2*}

^{1,2} STEI Hamfara Yogyakarta

[*wijodikoro@gmail.com](mailto:wijodikoro@gmail.com)

recieved: Mei 2024

reviewed: Juli 2024

accepted: Juli 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep kebutuhan manusia sebagai modal untuk berkegiatan ekonomi secara smart di tengah gempuran iklan yang menawarkan gaya hidup hedonis dan merangsang perilaku konsumtif. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dengan studi literature dari berbagai publikasi artikel ilmiah. Kajian menyimpulkan bahwa perkembangan teknologi maya di era kehidupan kapitalisme materialistic berdampak menyuburkan gaya hidup hedonistic yang mempengaruhi kalangan pelajar remaja generasi z, kalangan muda mahasiswa millennials dan anggota masyarakat lainnya. Rangsangan kemudahan belanja online merangsang perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang jika tidak terkendali bisa meng kacaukan skala prioritas pemenuhan kebutuhan hidup, yang keterabaiannya bisa menjerumuskan pelaku pada pinjol, tidak pidana, asusila, judol, bahkan bunuh diri. Fenomena kelemahan syakhshiyyah Islam khususnya generasi pelajar remaja gen z dan generasi muda mahasiswa millennials serta anggota masyarakat lainnya membutuhkan pencerahan pemahaman Aqidah Islam dan berbagai tsaqofah Islam serta pemahaman tanggung jawab manajemen kebutuhan diri seorang muslim, tanggung jawab sosial dalam kehidupan masyarakat Islam dan gambaran jaminan pemenuhan kebutuhan hidup individu dan rakyat oleh negara pada masa kehidupan Islam sebagaimana yang dicontohkan Rosulullah Saw dan para khulafaurrasyidin. Pemahaman tentang konsepsi kebutuhan manusia diharapkan akan menjadikan generasi yang memiliki daya tahan terhadap rangsangan keinginan dan mampu berperilaku *smart* dalam mengelola dan memenuhi kehidupan hidup berpanduan tuntunan syariat Islam dan *aulawiyat* keutamaan amal.

Kata kunci: gempuran iklan hedonis, perilaku konsumtif, manajemen diri, smart berekonomi

Abstract

This research aims to understand the concept of human needs as capital for smart economic activities in the midst of the onslaught of advertisements that offer a hedonistic lifestyle and stimulate consumptive behavior capital for smart economic activities. The research uses a qualitative method with a descriptive approach. The method of data collection is by studying literature from various scientific article publications. The study concludes that the development of cyber technology in the era of materialistic capitalism has an impact on nourishing the hedonistic lifestyle that affects generation Z adolescent students, young millennial students and other members of society. The stimulation of the convenience of online shopping stimulates consumptive behavior and a hedonistic lifestyle which, if not controlled, can disrupt the priority scale of fulfilling the needs of life, whose neglect can plunge perpetrators into loans, non-criminal, immoral, judol, and even suicide. The phenomenon of weakness of Islamic shakhshiyyah, especially the generation of students, teenagers, gen z and the younger generation, millennial students and other members of society, requires enlightenment of the understanding of the Islamic Aqidah and various Islamic tsaqofah as well as an understanding of the responsibility of managing the self-needs of a Muslim, social responsibility in the life of the Islamic community and the picture of the guarantee of the fulfillment of the needs of individuals and the people by the state during the Islamic life period as exemplified by the Prophet Saw. and the khulafaurrasyidin. An understanding of the conception of human needs is expected to make a generation that has resistance to the stimuli of desires and is able to behave smartly in managing and fulfilling life guided by Islamic sharia guidance and aulawiyat.

Keywords: *hedonic lifestyle ads, consumptive behavior, self-management, smart economc activities*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan era digital telah mempengaruhi perilaku konsumtif, terutama dalam hal berbelanja online, di kalangan remaja (Kanda & Yanti, 2024). Perasaan takut tertinggal trend atau *fear of missing out* (FoMO) serta gaya hidup hedonis memiliki pengaruh kuat dalam perilaku konsumtif pada generasi millennials (Aydin, 2022). Perilaku belanja generasi Z sebagai generasi yang sangat akrab dengan internet sangat ditentukan oleh unggahan pendapat *influencer* (Utamanyu & Darmastuti, 2022). Termasuk diantaranya dalam bentuk *thrifting* yaitu membeli barang bekas dengan harga yang murah untuk memenuhi gaya hidup dengan anggaran yang terbatas (Ni'mah et al., 2024). Unggahan konten setiap hari di sosial media menjadi strategi digital marketing yang ampuh dalam mempersuasi khalayak (Utamanyu & Darmastuti, 2022).

Dalam situasi yang terdesak bahkan bisa terjebak pada pinjaman online, mengingat seusia mahasiswa merupakan kelompok yang rentan tergiur terhadap penawaran pinjaman online (Cahyono et al., 2024). Hegemoni periklanan melalui media sosial menjadikan masyarakat tertarik dengan pinjol dikarenakan prosesnya tidak ribet dan iklan-iklan penawaran dari pinjol sangat menarik tanpa agunan, prosesnya juga cepat (Yosiana, 2023). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa mayoritas pengguna pinjol di Indonesia adalah kaum muda berusia 19-34 tahun, pada bulan Juli 2023 mencapai 27,1 triliun rupiah atau 54,06%, dengan penggunaan yang hanya untuk foya-foya atau dengan tujuan konsumtif (Syelvita et al., 2024).

Permasalahan muncul ketika terjadi kemacetan pembayaran cicilan yang sangat tinggi (Hartati & Syafrida, 2002). Hal yang memprihatinkan beberapa kasus berujung ke peminjam yang mengakhiri hidupnya (Triansyah et al., 2022). Krisnayanti (2023) menyarankan penelitian berkaitan tentang faktor-faktor lain yang memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif seperti gaya hidup, keadaan ekonomi, kepribadian, konsep diri, dan motivasi. Yosiana (2023) menyarankan penelitian lanjutan terkait maraknya periklanan pinjol. Kajian ini memfokuskan pada pemahaman kebutuhan manusia sebagai modal untuk *smart* dalam beraktifitas ekonomi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder berupa artikel jurnal ilmiah. Langkah kajian literatur ini meliputi penetapan tujuan, perunutan literatur, pemeriksaan dan pencermatan literatur, analisis (meliputi sintesa, klasifikasi, hubungan antar konsep) serta penulisan (Yudawisastra et al., 2024). Perunutan artikel dilakukan menggunakan *google scholar* dan program Harzing's Publish or Perish 7. Analisis data menggunakan Interactive Model (Miles et al., 2014).

HASIL KAJIAN

Berekonomi dan pemenuhan kebutuhan hidup

Otta (2011) menjelaskan pemikiran ekonomi Al-Ghazali mendasarkan pada firman Allah SWT:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ مَعَاشًا

‘Dan Kami telah jadikan siang hari sebagai waktu untuk mencari segala kebutuhan hidup’, (Q.S. 78: 11)

Upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia menjadikan kegiatan sosial berupa saling tolong – menolong diantara manusia. Teori timbal balik Gouldner (1960) menggambarkan sebagai transaksi yang melibatkan pertukaran barang-barang dengan nilai yang equal. Aktivitas tersebut semakin berkembang seiring perkembangan peradaban manusia. Aktivitas saling membantu ataupun barter berkembang menjadi aktivitas tukar menukar barang dan jasa dalam bentuk jual beli. Sehingga pada dasarnya aktivitas ekonomi berbasis kegiatan tolong – menolong dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia satu sama lain.

وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ

Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain (TQS An Nisa: 1)

Karakteristik kebutuhan hidup manusia

Kebutuhan manusia itu sendiri perlu dipahami bukanlah suatu hal yang mutlak harus dipenuhi, tetapi tergantung karakteristiknya. Ada kebutuhan primer yang menuntut harus dipenuhi mengingat ketidakterpenuhinya akan membahayakan nyawa dan ada kebutuhan sekunder yang jika tidak dipenuhi tidak menyebabkan kematian, meski menyebabkan kecemasan (Purwanto, 2011). Artinya dalam upaya pemenuhan kebutuhan manusia perlu dipahami karakteristik kebutuhannya. Perlu dihindari pemenuhan kebutuhan hanya sekedar memenuhi keinginan semata.

Dari Abû Hurairah, ia berkata; sesungguhnya Rasulullah saw. bersabda:

Seburuk-buruk sifat yang ada pada diri seseorang adalah kikir lagi keluh kesah, dan sifat pengecut lagi mengumbar hawa nafsu. (HR. Ahmad, Abû Dawud, Ibnu Hibban dalam kitab Shahihnya).

Perintah Asy-Syari’ dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup

Perlu menjadi kesadaran manusia bahwa pemenuhan kebutuhan manusia berkaitan dengan perintah dan larangan Asy Syari’. Dalam perspektif ekonomi syariah, konsumsi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan individu, sebagai konsumen dalam rangka memenuhi perintah Allah (Martinelli, 2019). Manusia yang cerdas akan menjadikan pemenuhan kebutuhannya adalah dalam rangka memenuhi perintah dan menjauhi larangan Asy Syari’. Misalnya makan minum untuk menegakkan punggung untuk kelanjutan ibadah kehidupannya, atau menghindari makanan yang dilarang agar terhindar dari dosa.

Dari Abû Hurairah ra., ia berkata;

طَعَامُ الْإِثْنَيْنِ كَافِي الثَّلَاثَةِ، وَطَعَامُ الثَّلَاثَةِ كَافِي الْأَرْبَعَةِ

Rasulullah saw. bersabda: Makanan untuk dua orang, cukup untuk tiga orang. Makanan tiga orang, cukup untuk empat orang. (Mutafaq ‘alaih).

Rasulullah ﷺ bersabda:

“Ukuran perut anak Adam adalah cukup beberapa suap saja sampai dia bisa menegakkan tulang punggungnya,” [HR Ibnu Majah: 3349]

Aulawiyat

Seorang muslim yang mempelajari syariat Islam akan menuju pemahaman yang menjadikannya cerdas dan bijaksana dalam beramal sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup. Seorang muslim akan

mendahulukan aktivitas kebaikan yang diutamakan dan mengakhirkan aktivitas kebaikan yang kurang utama. Fiqh aulawiyat mengajarkan untuk mendahulukan dlaruriyah daripada hajiyah dan mendahulukan hajiyah daripada tahsiniyah (Kasdi, 2014).

Dari Huzaifah bin al-Yaman, ia berkata; Rasulullah saw. bersabda: Keutamaan ilmu lebih baik dari keutamaan ibadah. Sebaik-baiknya agama kalian adalah wara'. (HR. ath-Thabrâni dan al-Bazzâr)

Shadaqah kepada kerabat termasuk shadaqah yang utama berdasarkan hadits mutafaq 'alaih dari Zainab ats-Tsaqafiyah, ia berkata: Rasul saw. bersabda: Kedua orang itu (orang yang bersedekah kepada kerabat) akan mendapatkan dua pahala yaitu pahala kekerabatan dan pahala shadaqah.

Ahkamul khomsah

Hukum syara' berkaitan dengan perintah Asy Syari' terkait dengan amal manusia. Amal perbuatan manusia bisa dihkumi wajib, sunnah, mubah, makruh ataupun haram. Begitu pula dalam hal pemenuhan kebutuhan manusia harus memperhatikan hukum syara'. Jangan sampai aktivitas pemenuhan kebutuhan manusia yang ditujukan untuk keberlangsungan kehidupan ibadahnya justru menjerumuskan pada perbuatan yang diharamkan. Seorang muslim hendaknya menyusun skala prioritas amal sesuai dengan ahkamul khomsah (hukum yang lima: wajibsunnah-mubah-makruh-haram) (Supriyono & Jannah, 2016).

Hal ini dijelaskan oleh Rasulullah saw. dengan sabdanya: Ia berdoa kepada Allah, tapi makanan dan minumannya dari barang yang diharamkan,

maka bagaimana mungkin akan dikabulkan doanya. (HR. Muslim).

Celaan perilaku pelit dan boros

Islam mencela perilaku pelit dan sebaliknya juga mencela perilaku boros. Kebijakan dalam pentasharufan harta akan menjadikan amal yang tepat. Amal yang tepat akan menjadikan keseimbangan dan keserasian kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat.

Allah Swt. berfirman:

وَمَنْ يُؤَقِّ شَخَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Dan barangsiapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, maka mereka itulah orang-orang yang beruntung. (TQS. at-Taghabun [64]: 16)

Dari Abû Hurairah, ia berkata; sesungguhnya Rasulullah saw. bersabda: Seburuk-buruk sifat yang ada pada diri seseorang adalah kikir lagi keluh kesah, dan sifat pengecut lagi mengumbar hawa nafsu. (HR. Ahmad, Abû Dawud, Ibnu Hibban dalam kitab Shahihnya).

Perwalian bagi orang yang safihan / dhoif

Islam menjaga seseorang yang lemah akalnya dari pentasharufan harta yang tidak pada tempatnya. Sehingga menjadi kewajiban wali atau keluarganya untuk melindungi dan mengarahkan transaksi ekonomi seorang yang belum cukup akal ataupun lemah akalnya. Hal itu juga menjadikan seseorang yang lemah akalnya menjadi korban ketertipuan. Wali berkewajiban mengurus diri dan harta anak yang di bawah perwaliannya dan berkewajiban memberikan bimbingan agama, pendidikan, dan keterampilan lainnya (Dzaky, 2022).

فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَوْفِيًّا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ
هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ

"Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu)"
(al-Baqarah ayat 282)

Tuntutan/paksaan bertanggung jawab memenuhi kebutuhan diri dan tanggungannya

Penguasa dibolehkan memaksa seseorang lelaki baligh dan sehat akalnya untuk bekerja agar bisa memenuhi kebutuhan diri ataupun tanggungannya. Melalui aktivitas berusaha yang dibenarkan syara' seseorang akan mampu menjaga kehormatan dirinya dari meminta-minta dan memenuhi tanggungan keluarganya.

Sabda Nabi Saw:

"Tidaklah seseorang memakan suatu makanan yang lebih baik dari makanan yang ia makan dari hasil kerja keras tangannya sendiri. Karena Nabi Daud 'alaihis salam dahulu juga makan dari hasil kerja keras tangannya." (HR. Bukhari, no. 2072, dari Al-Miqdam).

Dari Abû Umamah Shadiy bin Ajlan ra., ia berkata; Rasulullah saw bersabda: ... Mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu. Sesungguhnya, tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah. (HR. Muslim).

Tanggungan bagi orang yang tidak mampu

Adapun bagi seseorang yang tidak mampu memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya karena keterbatasan akal ataupun fisiknya maka Islam menganjurkan

keluarga besarnya untuk menyantuni, dan jika tidak mampu akan dibebankan kepada masyarakat sekitarnya dan negara sebagai sandaran terakhir.

Jaminan pemenuhan kebutuhan primer meliputi; pertama pemenuhan kebutuhan primer bagi tiap-tiap individu seperti sandang, pangan, papan, serta kedua, jaminan kebutuhan primer bagi rakyat secara keseluruhan meliputi keamanan, pendidikan dan kesehatan (Gultom, 2019).

Abu Hurairah ra. berkata, Rasulullah saw. bersabda: "siapa saja yang meninggalkan kalalah maka dia menjadi kewajiban kami." (H.R.Muslim)

DISKUSI

Perkembangan teknologi ibarat pisau bermata dua, satu sisi membantu kemudahan berbagai urusan positif manusia dari urusan akses dan penyebaran pengetahuan dan dakwah hingga bisnis, pada sisi lain juga berdampak negative oleh penyebaran dan akses informasi keburukan dan keharaman. Kalangan remaja gen z yang masih labil relative mudah terpengaruh oleh gemerlap kehidupan hedonis dunia maya. Hedonisme menurut KBBI adalah pandangan yang menganggap bahwa setiap kesenangan dan kenikmatan dalam bentuk materi merupakan tujuan utama dalam hidup seseorang. Awalnya gaya hidup ini hanya dilakukan oleh kebanyakan dari orang-orang berduit yang selalu memperhatikan penampilan luar dan menikmati hidup ini sesuai dengan keinginannya atau mengikuti tren yang ada. Dampak penyebaran informasi maya kini gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif merembet di lingkungan masyarakat hingga

kalangan remaja pelajar gen z dan anak-anak muda mahasiswa dan millennials.

Gaya hidup hedonis yang menjangkiti generasi millennials mencerminkan pentingnya upaya memahami tentang makna dan tujuan hidup manusia, termasuk konsepsi akan kebutuhan manusia. Pemahaman tentang kebutuhan manusia akan menjadikan millennials memiliki kemampuan membedakan antara kebutuhan yang terkategori *hajatul udlowiyah* dan *gharizi*. Sehingga diharapkan bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Rangsangan iklan pada umumnya mengulik keinginan manusia. Pemahaman tentang konsepsi kebutuhan manusia diharapkan akan menjadikan generasi millennials akan memiliki daya tahan terhadap rangsangan keinginan dan berperilaku *smart* dalam mengelola dan memenuhi kehidupan hidup berpanduan tuntunan syariat Islam.

Tawaran kemudahan belanja online menjadi godaan berat bagi kalangan yang terpengaruh gaya hidup hedonis untuk memenuhi rangsangan yang menggelitik keinginan. Ketidakmampuan pengendalian diri bisa mengkacaukan skala prioritas kebutuhan sehingga menjadikan keterabaian kebutuhan yang lebih penting. Keterabaian kebutuhan penting / dasar yang membutuhkan pemenuhan bisa mengarahkan pelaku untuk melepas kepemilikan penting, keterjerumusan hutang pinjol, bahkan tidak pidana, asusila, ilusi judol hingga kekonyolan mengakhiri hidup.

Fenomena keterjerumusan anggota masyarakat, hingga generasi muda mahasiswa dan remaja pelajar terhadap pinjaman online mencerminkan pentingnya

upaya memahami tuntunan hukum syara' terkait pemenuhan kebutuhan, termasuk konsep *aulawiyat* dan konsepsi *ahkamul khomsah*. Pemahaman yang baik tentang *aulawiyat* diharapkan akan meningkatkan kemampuan anggota masyarakat, generasi muda mahasiswa dan generasi remaja pelajar dalam menyusun skala prioritas kebutuhan. Tambahan pemahaman *tsaqofah* Islam lainnya termasuk tentang *qonaah*, bersyukur, pembiasaan *shodaqoh* dan amaliah yang memperkuat *ruhiyah* dilandasi penguatan Aqidah Islam akan memperkuat dari gempuran tawaran hedonisme yang tanpa jeda tiada henti di dunia maya.

Pemahaman tentang tanggung jawab nafkah diri, nafkah tanggungan, perlindungan kerabat safihan, hingga tanggung jawab negara perlu ditanamkan kepada kaum muda millennials dan generasi z, dengan harapan akan memunculkan tanggung jawab kemandirian dan perilaku membantu kesulitan saudaranya, sehingga teralihkan dari keinginan untuk bergaya hidup hedonis, perilaku konsumtif menghamburkan harta, terjauh dari keinginan foya-foya hedonistic berbekal pinjaman atau pemberian pihak lain. Rasa tanggung jawab kemandirian dan tanggung jawab sosial juga akan menyumbang benih kebersamaan sebagai satu ummat, sehingga meniscayakan kerinduan akan kehidupan dalam naungan negara yang mampu menjadi perisai ummat sebagaimana kehidupan yang dicontohkan oleh Nabi Saw dan khulafaurrosyidin.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi maya di era kehidupan kapitalisme materialistic berdampak menyuburkan gaya hidup

hedonistic yang mempengaruhi kalangan pelajar remaja generasi z, kalangan muda mahasiswa millennials dan anggota masyarakat lainnya. Rangsangan kemudahan belanja online merangsang perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang jika tidak terkendali bisa mengkacaikan skala prioritas pemenuhan kebutuhan hidup, yang keterabaianya bisa menjerumuskan pelaku pada pinjol, tidak pidana, asusila, judol, bahkan bunuh diri.

Fenomena kelemahan syakhshiyah Islam khususnya generasi pelajar remaja gen z dan generasi muda mahasiswa millennials serta anggota masyarakat lainnya membutuhkan pencerahan pemahaman Aqidah Islam dan berbagai tsaqofah Islam serta pemahaman tanggung jawab manajemen kebutuhan diri seorang muslim, tanggung jawab sosial dalam kehidupan masyarakat Islam dan gambaran jaminan pemenuhan kebutuhan hidup individu dan rakyat oleh negara pada masa kehidupan Islam sebagaimana yang dicontohkan Rosulullah Saw dan para khulafaurrasyidin. Pemahaman tentang konsepsi kebutuhan manusia diharapkan akan menjadikan generasi yang memiliki daya tahan terhadap rangsangan keinginan dan mampu berperilaku *smart* dalam mengelola dan memenuhi kehidupan hidup berpanduan tuntunan syariat Islam dan *aulawiyat* keutamaan amal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aydin, H. (2022). Fomo Ve Yolo Tuketimden Jomo Tuketim Anlayisna Gecis: Sosyal Medya Hastaliklari Üzerine Nitel Bir Arastirma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi International Journal of Economic and Administrative Studies (UIIID)-IJEAS*, 37(37), 19–34.
- Cahyono, D., Ayuningtyas, R., Maulidiah, A. D., Jannah, K., Aisiyah, A. T. F. N., Wijaya, Z. I. M., & Lestari, E. (2024). Membangun Pemahaman Keuangan Untuk Mencegah Korban Pinjol Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 10(1), 33–38. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v10i1.2150>
- Dzaky, M. (2022). Tanggung Jawab Orang Tua Sebagai Wali dalam Pengurusan Harta Waris Anak di Bawah Umur Berdasarkan Hukum Islam. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 3(6), 478–489. <https://doi.org/10.56370/jhlg.v3i6.276>
- Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161. <https://doi.org/10.2307/2092623>
- Gultom, R. Z. (2019). Keuangan Publik Islam: Zakat Sebagai Instrumen Utama Keuangan Negara. *Hukum Islam*, 19(2), 100. <https://doi.org/10.24014/jhi.v19i2.7977>
- Hartati, R., & Syafrida. (2002). Perlindungan hukum Konsumen Nasabah Pinjol Ilegal. *Otentik's: Jurnal Hukum Kenotariatan*, 4(2), 167–185.
- Kanda, A. S., & Yanti, A. D. (2024). Pengaruh FOMO Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 2, 221–232.
- Kasdi, A. (2014). Maqashid Syari'ah Dan Hak Asasi Manusia (Implementasi Ham Dalam Pemikiran Islam). *Jurnal Penelitian*, 8(2), 247–268. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/836>
- Krisnayanti, N. P. V., Andhini, L. P. R., & Utami, N. M. S. N. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Belanja Online Mahasiswa Fashion Design. *Psikologi Prima*, 6(2), 109–114. <https://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/Psikologi/article/view/4141/2839>
- Martinelli, I. (2019). Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen. *Jurnal EduTech*, 5(1), 76–83.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods*

Sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.

Ni'mah, N. E. K., Devayanti, N. S., Syah, I., Isbakhi, A. F., & Solichah, A. (2024). Pengaruh Gaya Hedonisme dan Trend FOMO Terhadap Konsumerisme Belanja Thrifting untuk Memenuhi Gaya Hidup (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNUSIDA 2021). *Jurnal Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 388–404.

Otta, Y. A. (2011). Sistem Ekonomi Islam (Studi Atas Pemikiran Imam al-Ghazali). *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 9(2).
https://www.academia.edu/download/59472532/Sistem_Ekonomi_Islam20190531-69000-1n6duuf.pdf

Purwanto, Y. (2011). *Psikologi Kepribadian: Integrasi Nafsiyah dan 'Aqliyah Perspektif Psikologi Islam* (2nd ed.). Refika Aditama.

Supriyono, & Jannah, M. H. (2016). Langkah Praktis Islamisasi Pembelajaran Matematika Untuk Menyeimbangkan Kecerdasan Emosional, Intelektual, Dan Spiritual Peserta Didik. *Neliti.Com*, 1–23.
<https://www.neliti.com/publications/499687/langkah-praktis-islamisasi-pembelejaran-matematika-untuk-menyeseimbangkan-kecerdas#id-section-title>

Syelvita, R., Amin Qodri, M., & Annisa Afro, F. (2024). Korban Pinjol, Layakkah sebagai Gharimin dan menerima zakat? *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 5(1), 133–149.
<https://doi.org/10.22437/zaaken.v5i1.32151>

Triansyah, A., Julianti, P. N. S., Fakhriyah, N., & Afif, A. M. (2022). Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Pinjaman Online Ilegal (Studi Kasus Pinjol Ilegal di Yogyakarta). *Cross-Border*, 5(2), 1090–1104.

Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Scriptura*, 12(1), 58–71.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>

Yosiana, M. (2023). Hegemoni Media Sosial

Terhadap Maraknya Pinjaman Online (Pinjol). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 161–167.

<https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.1144>

Yudawisastra, H. G., Hidayat, G., Wijiharta, W., Hasbi, I., Setiorini, A., Rachmarwi, W., Erwina, Triwardhani, D., Octaviani, R. D., Silaen, N. R., Firdaus, M. I., Kusumawardhani, O. B., & Nurfadilah, D. (2024). *Metode Penelitian Manajemen* (1st ed.). Widina Media Utama.