

Abstrak

Gadis Rizky Ardiliya Kamilah : Analisis Perilaku Impulsive Buying Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong maraknya transaksi *e-commerce* di Indonesia. Salah satu fenomena yang muncul akibat kemudahan akses ini adalah perilaku *impulsive buying*, di mana konsumen membeli barang secara spontan tanpa perencanaan. Dari perspektif ekonomi syariah, perilaku ini menimbulkan dilema karena berpotensi melanggar prinsip pengendalian diri, menghindari israf (pemborosan), dan menjauhi gharar (ketidakpastian). Konsumsi yang tidak terkendali dapat menyebabkan kerugian finansial dan berlawanan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan pengelolaan keuangan yang bijak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku *impulsive buying* dalam transaksi *e-commerce* dan meninjau fenomena ini dari perspektif ekonomi syariah. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *impulse buying* pada konsumen *e-commerce*, seperti promosi, diskon, pengaruh sosial, dan desain aplikasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Informan penelitian terdiri dari konsumen *e-commerce* dengan latar belakang berbeda serta pakar ekonomi syariah untuk memberikan perspektif teologis dan praktis terkait perilaku konsumsi impulsif.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun dari prinsip dasar ekonomi syariah, yaitu konsumsi yang seimbang dan bertanggung jawab, serta pentingnya menghindari perilaku pemborosan (israf) dan ketidakpastian (gharar). Perilaku *impulsive buying* dianalisis melalui faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti promosi, pengaruh sosial, dan kemudahan teknologi. Kemudian, perilaku ini ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk melihat sejauh mana perilaku tersebut dapat diterima atau bertentangan dengan ajaran Islam.

Berdasarkan hasil penelitian ini didapati bahwa tingkat pembelian impulsif oleh pengguna *e-commerce* ada kategori pembelian setengah terencana. Faktor yang mempengaruhi adalah promo, harga dan karakteristik konsumen.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Perilaku *impulsive buying* ditandai dengan pembelian spontan tanpa perencanaan dan minim pertimbangan. Konsumen sering membeli dengan informasi terbatas, dipengaruhi terutama oleh promosi, lalu harga, dan karakteristik konsumen. Dalam ekonomi syariah, perilaku ini dianggap boros dan merugikan. Konsumen *e-commerce* seperti Shopee lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, bertentangan dengan prinsip keseimbangan dalam Islam.

Kata Kunci: *Impulsive buying*, *E-commerce*, Ekonomi Syariah

Abstract

Gadis Rizky Ardiliya Kamilah : Analysis of Impulsive Buying Behavior in E-Commerce Transactions from a Sharia Economic Perspective

The rapid development of digital technology has fueled the rise of e-commerce transactions in Indonesia. One phenomenon that has emerged as a result of this ease of access is impulsive buying, where consumers purchase goods spontaneously without planning. From a sharia economic perspective, this behavior poses a dilemma because it potentially violates the principles of self-control, avoiding israf (waste), and avoiding gharar (uncertainty). Uncontrolled consumption can lead to financial loss and contradicts Islamic values, which prioritize prudent financial management.

This study aims to analyze impulsive buying behavior in e-commerce transactions and examine this phenomenon from a sharia economic perspective. Furthermore, this study also identifies factors influencing impulse buying behavior among e-commerce consumers, such as promotions, discounts, social influence, and application design.

The research method used is a qualitative method, with data collection through in-depth interviews. The research informants consisted of e-commerce consumers with diverse backgrounds and sharia economic experts to provide theological and practical perspectives on impulsive consumption behavior.

The framework of this research is based on the basic principles of Islamic economics, namely balanced and responsible consumption, as well as the importance of avoiding wasteful behavior (israf) and uncertainty (gharar). Impulsive buying behavior is analyzed through influencing factors, such as promotions, social influence, and technological convenience. This behavior is then reviewed based on Islamic principles to determine whether it is acceptable or contrary to Islamic teachings.

The results of this study indicate that impulsive buying by e-commerce users falls into the semi-planned category. Influencing factors include promotions, price, and consumer characteristics.

The study concludes that impulsive buying behavior is characterized by spontaneous purchases without planning and minimal consideration. Consumers often purchase with limited information, influenced primarily by promotions, followed by price, and consumer characteristics. In Islamic economics, this behavior is considered wasteful and detrimental. Consumers of e-commerce platforms like Shopee prioritize wants over needs, contradicting the principle of balance in Islam.

Keywords: *Impulsive buying, E-commerce, Islamic Economics*