

ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA DI E-MARKETPLACE DALAM PERSPEKTIF LITERASI KEUANGAN SYARIAH

Moh. Choirul Atok¹, Anita Ulul Maknunah²
Universitas Islam Negeri Salatiga

Email: choirul.atok@uinsalatiga.ac.id¹, anita.salmawahda@gmail.com²

ABSTRACT

The rapid and massive development of digital technology has changed the consumption patterns of students. This phenomenon raises concerns about excessive consumption behavior and is contrary to sharia principles, especially for students who have low sharia financial literacy. The purpose of this study is to analyze the consumption behavior of students in utilizing e-marketplaces and evaluate the role of sharia financial literacy in forming wise consumption and in accordance with Islamic values. This study uses a qualitative approach with a descriptive-analytical method through a literature review and observation of college students. The results of the study show that student consumption patterns tend to be due to trends, lifestyles, and paylater. Sharia financial literacy helps control and manage finances related to the principles of maqashid sharia and Islamic ethics. Strengthening the role of campus sharia financial institutions, educational approaches, utilization of digital media, and campus sharia communities are strategies in forming a generation of financially ethical muslims.

Keywords: Consumption behavior, e-marketplace, Islamic financial literacy.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat dan masif telah merubah pola konsumsi mahasiswa. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terhadap perilaku konsumsi yang berlebihan dan bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, terutama pada mahasiswa yang memiliki literasi keuangan syariah yang rendah. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa dalam memanfaatkan e-marketplace dan mengevaluasi peran literasi keuangan syariah dalam membentuk konsumsi yang bijak dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analisis melalui tinjauan pustaka dan observasi pada mahasiswa perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan pola konsumsi mahasiswa cenderung karena tren, gaya hidup, dan paylater. Literasi keuangan syariah membantu mengendalikan dan mengatur keuangan yang berkaitan dengan prinsip-prinsip maqashid syariah dan etika Islami. Penguatan peran lembaga keuangan syariah kampus, pendekatan edukatif, pemanfaatan media digital, dan komunitas syariah kampus menjadi strategi dalam membentuk generasi muslim yang beretika secara finansial.

Kata Kunci Perilaku konsumsi, e-marketplace, literasi keuangan syariah.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan transaksi digital, khususnya melalui e-marketplace. Bank Indonesia menjelaskan bahwa transaksi e-marketplace di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cukup besar dalam lima tahun terakhir. Total nilai transaksi secara konsisten meningkat dari Rp. 205,5 triliun pada 2019 menjadi

Rp. 487,01 triliun pada 2024. Beberapa faktor utama yang berkontribusi terhadap perkembangan e-marketplace di Indonesia termasuk meningkatnya adaptasi konsumen terhadap belanja online, beragam produk, dan promosi menarik yang ditawarkan oleh pasar, inovasi teknologi seperti solusi pembayaran digital seperti e-wallet dan paylater, dan layanan pengiriman yang semakin cepat dan terjangkau (BI, 2025).

Kredivo menyebutkan pada tahun 2025 distribusi konsumen e-marketplace di Indonesia berdasarkan kelompok usia adalah sebagai berikut: 18–25 tahun (Gen Z): 28%, 26–35 tahun (Milenial): 46%, 36–45 tahun (Gen X): 20%, 46–55 tahun: 5%, di atas 55 tahun: 1%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda termasuk kelompok usia yang aktif dalam pemanfaatan e-marketplace khususnya mahasiswa (CNBC, 2025).

Perkembangan teknologi menciptakan transformasi di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam hal berbelanja. Masyarakat, lebih tepatnya mahasiswa, untuk mendapatkan barang-barang kebutuhan sehari-hari semakin mudah dan cepat dengan adanya e-marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan platform lainnya. Mahasiswa dalam bertransaksi melalui e-marketplace tidak hanya untuk kebutuhan primer, tetapi juga sekunder maupun tersier. Fenomena memunculkan kekhawatiran munculnya konsumsi yang tidak sehat, apalagi jika semakin meningkat dan diperlengkapi dengan literasi keuangan syariah yang belum memadai. Perilaku konsumsi mahasiswa yang sering terjadi saat ini berupa pembelian barang yang tidak sesuai kebutuhan tetapi sedang trend atau style, pembelian barang branded, pembelian makanan dengan online padahal dekat dengan warung, memanfaatkan paylater meskipun tidak memiliki penghasilan atau masih menumpang orang tua.

Pada tahun 2025 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaksanakan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK). Survey ini dilakukan untuk mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan penduduk Indonesia. Hasil SNLIK menunjukkan bahwa indeks literasi dan inklusi keuangan penduduk Indonesia sebesar 66,46% dan 80,51%. Sedangkan indeks literasi dan inklusi keuangan syariah sebesar 43,42% dan 13,41% (Avisena, 2025). Berdasarkan indeks tersebut menunjukkan bahwa literasi dan inklusi keuangan syariah penduduk Indonesia tertinggal jauh jika dibandingkan dengan konvensional.

Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah rendah cenderung tidak mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik. Dalam konteks Islam, pengelolaan keuangan tidak hanya dilihat dari aspek efisiensi ekonomi, tetapi juga dari

dimensi moral dan spiritual. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana literasi keuangan syariah dapat dijadikan solusi dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa yang lebih bijak. Hidayat et al., (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan lingkungan sosial memengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

Penelitian terkait perilaku konsumsi, e-marketplace, dan literasi keuangan mahasiswa sudah banyak dilakukan. Namun, penelitian yang paling sering digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian yang salah satunya bertujuan untuk menguji variabel satu dengan variabel lain. Analisis perilaku konsumsi mahasiswa di e-marketplace dalam perspektif literasi keuangan syariah perlu dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dalam pemanfaatan e-marketplace, mengevaluasi sejauh mana literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk perilaku konsumsi yang tidak melanggar syariat Islam, menganalisis apa saja yang mendorong mahasiswa bertransaksi dalam dunia digital, serta strategi peningkatan literasi keuangan syariah sebagai solusi preventif terhadap permasalahan perilaku konsumsi. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian ekonomi Islam dan dapat memberikan rekomendasi kepada pihak lembaga pendidikan serta pengambil keputusan untuk menyusun program literasi keuangan yang efektif.

METODE

Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan metode deskriptif analisis. Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian adalah melalui studi pustaka dan observasi pada mahasiswa perguruan tinggi. Sumber data ini merujuk pada jurnal ilmiah, buku, dan dokumen relevan mengenai konsumsi, literasi keuangan syariah, dan e-marketplace. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi pola dalam perilaku konsumsi mahasiswa serta mengukur peran literasi keuangan syariah dalam pembentukan perilaku tersebut. Jenis penelitian ini dipilih karena sesuai dalam mengungkapkan makna, motivasi, pemahaman subjek penelitian, dan aspek perilakunya pada fenomena yang sedang diteliti (Creswell & Creswell, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsumsi adalah aktivitas pengeluaran oleh rumah tangga untuk mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan demi kehidupan. Konsumsi dalam perspektif

ekonomi Islam bukanlah hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani saja. Akan tetapi, konsumsi juga merujuk pada aspek rohani agar manusia tetap dapat menjalankan perannya sebagai hamba Allah SWT. Tujuan konsumsi dalam ekonomi Islam adalah untuk meraih kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*). Oleh karena itu, konsumsi barang dan jasa harus dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam daripada hanya mengikuti nafsu (Rusby, 2017).

Qardhawi (1997) menegaskan bahwa dalam hal konsumsi, seseorang harus memilih barang yang baik dan halal dan melakukannya dengan cara yang bijak, seperti berhemat, berinfak untuk kemaslahatan, dan menghindari hal-hal yang dilarang agama. Artinya, perilaku konsumsi harus dijauhkan dari sikap berlebihan, hidup mewah, pemborosan, serta menghindari utang. Konsumsi yang halal tidak hanya pada jenis barang yang dikonsumsi, tetapi juga pada cara memperolehnya, agar dapat memberikan keberkahan dan kemanfaatan.

Islam mengajarkan umatnya untuk menerapkan pola konsumsi yang seimbang, yakni tidak berlebihan (*israf*) namun juga tidak terlalu minim. Al-Ghazali menyampaikan bahwa hidup yang terlalu sederhana dapat menghambat kelancaran ibadah kepada Allah SWT, sementara gaya hidup yang berlebihan justru akan menjerumuskan pada perilaku boros dan tidak bermanfaat (Syaparuddin, 2021). Yuliani & Rahmatiah (2020) mengungkapkan bahwa gaya hidup memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.

A. E-MARKETPLACE

E-marketplace adalah tempat di internet yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran barang, jasa, uang, dan informasi secara elektronik. Artinya, e-marketplace menjadi wadah virtual yang berfungsi sebagai perantara dalam aktivitas jual-beli, dengan memanfaatkan jaringan internet (Jogiyanto, 2007). E-Marketplace merupakan platform digital yang menjadi tempat bertemunya pembeli dan penjual dalam melakukan berbagai bentuk transaksi. Melalui media ini, individu dapat melakukan transaksi pembelian barang atau jasa dengan tujuan saling memperoleh keuntungan (Sofiani, 2019).

Pada dasarnya, konsep perdagangan e-marketplace dengan pasar tradisional untuk perdagangan offline. Perbedaannya adalah bahwa e-marketplace adalah pasar online, sedangkan pasar tradisional adalah pasar fisik. Selain itu, penjual di e-marketplace tidak perlu membayar uang sewa untuk menjual barang, sedangkan pasar tradisional harus

membayar uang sewa untuk menjual barang (Wijaya, 2020). Zainardi & Fahrullah (2022) mengungkapkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa memengaruhi keputusan pembelian e-marketplace.

B. LITERASI KEUANGAN SYARIAH

Literasi keuangan merupakan kemampuan yang meliputi pemahaman, keyakinan, dan keterampilan dalam mengelola keuangan secara bijaksana guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan demi tercapainya kesejahteraan (OJK, 2025). Pemahaman ini tidak hanya berguna untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka pendek, tetapi juga berperan penting dalam menjaga kestabilan, keamanan, dan kesejahteraan keuangan dalam jangka panjang (Choerudin et al., 2023). Kata syariah menurut KBBI (2025), syariah diartikan sebagai hukum agama yang mengatur tata kehidupan manusia, baik dalam hubungannya kepada Allah SWT, sesama manusia, maupun terhadap lingkungan yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits.

Dapat dipahami bahwa literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan menerapkan keuangan sesuai dengan nilai-nilai agama Islam sehingga mampu mengelola keuangan yang lebih baik dan mensejahterakan kehidupan lahir dan batin.

Islamic Ethical Framework memandang perilaku konsumsi bukan semata aktivitas ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual dalam Islam. Prinsip-prinsip seperti *qanaah* (merasa cukup), *iqtishad* (hidup sederhana), dan menghindari *israf* menjadi landasan analisis untuk memahami perilaku konsumsi mahasiswa di e-marketplace. Konsumsi bukan hanya terkait kemampuan finansial, tetapi juga nilai etika dan akhlak yang membentuk keputusan belanja mereka.

C. STRATEGI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH

Digitalisasi mengubah gaya hidup mahasiswa. Karena berbagai kemudahan yang ditawarkan, e-marketplace menjadi pilihan utama untuk berbelanja. Meskipun fasilitas ini menghemat waktu dan tenaga, tanpa pengelolaan keuangan yang baik, mahasiswa dapat terjerumus dalam perilaku konsumsi. Fauziah et al., (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa e-commerce Shopee atau e-marketplace memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Beberapa faktor yang mendorong perilaku tersebut antara lain dorongan untuk membeli karena adanya penawaran hadiah dari e-marketplace,

ketertarikan setelah mengamati dan mempelajari informasi produk baru, serta perasaan percaya diri yang muncul setelah membeli produk baru.

Astuti et al., (2022) mengungkapkan bahwa gaya hidup tercermin dari aktivitas rutin yang dijalani, di mana mahasiswa mampu menetapkan skala prioritas dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dengan demikian, pola konsumsi mahasiswa dapat dilihat melalui cara mereka melakukan pembelian suatu barang. Penelitian lain yang dilakukan oleh Rahmani et al., (2023) menyebutkan bahwa konsumsi dan gaya hidup Islami memengaruhi keputusan pembelian menggunakan *paylater*. *Paylater* membantu konsumen yang hendak membeli produk saat keadaan mendesak tapi tidak memiliki uang untuk melakukannya. Rachmawati & Riyadi (2025) menyatakan terdapat hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi pemesanan makanan online dan frekuensi konsumsi makanan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan dikuatkan dengan hasil observasi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di lingkungan kampus, ditemukan beberapa pola konsumsi yang mencerminkan kecenderungan konsumtif di era digital. Pola-pola tersebut dirangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Pola konsumsi mahasiswa

No	Jenis Perilaku	Contoh Spesifik
1	Konsumsi karena gaya hidup	Membeli pakaian karena sedang viral di media sosial
2	Belanja online dengan fitur <i>paylater</i>	Belanja non esensial atau tidak kebutuhan
3	Pemesanan makanan secara online	Belanja makanan melalui aplikasi padahal ada warung yang dekat
4	Konsumsi barang branded	Memberi barang-barang bermerek
5	Transaksi spontan pada waktu luang	Belanja online saat waktu luang maupun saat kuliah

Sumber: Data hasil observasi lapangan penulis (2025)

Literasi keuangan syariah berkontribusi terhadap tingginya perilaku konsumsi seseorang. Dalam perspektif syariah, konsumsi harus dilakukan secara seimbang dan tidak israf, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-A'raf ayat 31:

"Makan dan minumlah, dan jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebihan" (Al-Quran Online Terjemah Dan Tafsir Bahasa Indonesia | Quran NU Online, 2025)

Seseorang wajib memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara memperoleh dan menggunakan harta secara halal, serta memahami tanggung jawab harta dalam kehidupan dunia dan akhirat.

Hidayah (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang kuat dengan prinsip-prinsip maqashid syariah, yaitu tujuan-tujuan pokok dalam syariat Islam yang mencakup lima aspek utama:

a. *Hifzh al din* (melindung agama)

Pengelolaan keuangan yang baik merupakan bagian dari upaya menjaga keimanan. Ketika seseorang tidak mampu mengatur keuangannya, ia rentan terhadap krisis spiritual yang dapat menjauhkan dari nilai-nilai agama. Sebagaimana Hadits Nabi yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik: “*Kefakiran itu dekat kepada kekufuran*”.

Dengan memahami prinsip ekonomi Islam, mahasiswa didorong untuk menjadikan aktivitas keuangannya sejalan dengan nilai-nilai syariat.

b. *Hifzh al nafs* (melindungi jiwa)

Kecakapan dalam perencanaan keuangan memberi ruang bagi individu untuk menghadapi situasi darurat tanpa panik, serta menghindari tekanan hidup akibat gaya hidup konsumtif. Sikap bijak dalam konsumsi membantu mahasiswa menjaga stabilitas emosional dan kesehatan mental, terutama dari kecemasan yang ditimbulkan oleh utang atau pemborosan

c. *Hifzh al ‘aql* (melindungi pikiran)

Kemampuan berpikir kritis dan rasional dalam menyikapi godaan konsumerisme menjadi indikator penting dari tingkat literasi keuangan syariah yang baik. Mahasiswa yang bijak dalam mengatur pengeluarannya tidak mudah terbujuk oleh iklan atau diskon impulsif di e-marketplace.

d. *Hifzh al nasl* (melindungi keturunan)

Meskipun tidak menjadi fokus utama, perilaku konsumsi yang sehat turut membentuk karakter bertanggung jawab dalam ekonomi keluarga. Sikap ini akan berdampak positif dalam membangun ketahanan ekonomi keluarga dan menjadi warisan moral bagi generasi mendatang.

e. *Hifzh al mal* (melindungi harta)

Aspek ini menjadi inti dari tujuan literasi keuangan dalam perspektif syariah. Mahasiswa diajarkan untuk menggunakan hartanya secara bijak, menjauhi pemborosan, serta lebih selektif dalam mengambil keputusan pembelian di tengah derasnya arus transaksi digital. Kesadaran ini menjadi alat kontrol dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra: 26-27:

“dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan” (Al-Quran Online Terjemah Dan Tafsir Bahasa Indonesia | Quran NU Online, 2025)

Ayat ini menjadi dasar etika keuangan syariah dalam menekankan pengendalian diri dalam konsumsi. Pengelolaan keuangan dalam perspektif Islam tidak hanya bertumpu pada aspek rasionalitas semata, tetapi juga spiritualitas. Mahasiswa yang dibekali dengan literasi keuangan syariah akan memiliki sikap qanaah dan mampu menahan diri dari pemborosan. OJK (2024) menekankan bahwa literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam rangka membentuk generasi yang tangguh secara ekonomi dan beretika dalam bertransaksi. Literasi ini mencakup pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan syariah, nilai-nilai Islam dalam mengelola keuangan, serta pentingnya keberkahan dalam harta.

Peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa merupakan langkah strategis dalam membentuk perilaku konsumsi yang bijak, rasional, dan sesuai dengan prinsip syariah. Literasi ini tidak hanya bertujuan untuk mengedukasi mahasiswa mengenai konsep keuangan Islam, tetapi juga untuk membentuk karakter dan kebiasaan pengelolaan keuangan yang berorientasi pada keberkahan dan tanggung jawab.

Pertama, penguatan peran lembaga keuangan syariah kampus seperti koperasi syariah kampus perlu dilakukan. Lembaga ini tidak hanya menjadi media praktik ekonomi Islam, tetapi juga sarana edukasi nyata tentang bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam kehidupan ekonomi. Melalui program tabungan syariah, pengelolaan dana zakat, serta simulasi investasi halal, mahasiswa mendapatkan pembelajaran langsung mengenai prinsip keuangan syariah.

Kedua, pendekatan edukatif melalui institusi pendidikan tinggi menjadi kunci utama. Perguruan tinggi dapat mengintegrasikan kurikulum berbasis keuangan syariah dalam mata kuliah ekonomi, kewirausahaan, maupun studi Islam. Hal ini sesuai dengan pandangan OJK (2024) yang menyatakan pentingnya literasi keuangan syariah sebagai bagian dari pembangunan karakter keuangan generasi muda. Selain itu, seminar, pelatihan, dan workshop tentang pengelolaan keuangan berbasis syariah perlu digiatkan secara rutin dan kolaboratif antara akademisi, praktisi keuangan syariah, dan komunitas mahasiswa.

Ketiga, pemanfaatan media digital sebagai sarana edukasi menjadi strategi yang sangat relevan di era digital. Mahasiswa yang akrab dengan platform digital dapat diarahkan untuk mengakses konten edukatif seperti video pendek, podcast, infografis, dan e-book tentang keuangan syariah.

Keempat, pembentukan komunitas literasi keuangan syariah di kampus juga menjadi langkah konkret yang dapat membentuk lingkungan yang suportif. Melalui komunitas ini, mahasiswa dapat saling berbagi pengalaman, berdiskusi tentang isu keuangan yang relevan, serta mendapatkan pendampingan dalam mengatur keuangan pribadi secara syariah.

Dengan berbagai strategi tersebut, diharapkan mahasiswa tidak hanya memahami konsep keuangan syariah secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Upaya ini bukan hanya membentuk generasi yang cerdas finansial, tetapi juga membangun kesadaran spiritual dalam setiap keputusan ekonomi mereka

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kemajuan teknologi membuat e-marketplace menjadi pilihan utama mahasiswa dalam berbelanja, baik untuk kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Namun, pola konsumsi mahasiswa cenderung bersifat konsumtif, dipengaruhi oleh gaya hidup dan kemudahan sistem pembayaran.

Literasi keuangan syariah terbukti memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Dalam perspektif maqashid syariah, literasi ini tidak hanya membantu mahasiswa mengelola keuangan, tetapi juga menjaga aspek-aspek penting kehidupan seperti agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan melaksanakan nilai-nilai Islam seperti qanaah, iqtishad, dan menghindari israf, mahasiswa dapat mengembangkan perilaku konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan penguatan peran lembaga keuangan syariah kampus dan penting bagi institusi pendidikan serta pihak terkait untuk mendorong peningkatan literasi keuangan syariah guna menciptakan generasi muda yang cerdas secara finansial dan berakhlak mulia dalam kehidupan ekonomi digital.

Penelitian ini diharapkan menjadi langkah awal untuk penelitian lebih lanjut dengan pendekatan yang lebih mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dan strategi literasi keuangan

syariah yang efektif.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Quran Online Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia* | *Quran NU Online*. (2025). <https://quran.nu.or.id/>
- Astuti, R. F., Ulfah, M., & Ellyawati, N. (2022). Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 237–245. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/52042>
- Avisena, M. I. R. (2025). *Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Indonesia Meningkat*. *Metrotvnews*. <https://www.metrotvnews.com/read/koGCddrd-literasi-dan-inklusi-keuangan-masyarakat-indonesia-meningkat>
- BI. (2025). *Transaksi Ecommerce Indonesia 2019-2024*. <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-2024>
- Choerudin, A., Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). Literasi Keuangan. *Global Eksekutif Teknologi*. https://www.researchgate.net/profile/Budi-Harto/publication/371724162_LITERASI_KEUANGAN/links/6491e8e5c41fb852dd1b22fc/LITERASI-KEUANGAN.pdf
- CNBC. (2025). *Warga RI Makin Demen Belanja Online, Nilainya Ribuan Triliun Baca artikel CNBC Indonesia “Warga RI Makin Demen Belanja Online, Nilainya Ribuan Triliun” selengkapnya di sini:* <https://www.cnbcindonesia.com/research/20250226183106-128-613957/warga-ri-makin-d>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. https://sim.uniqhba.ac.id/assets/upload/ebook/Research_Design_Qualitative%2C_Quantitative%2C_and_Mixed_Methods_Approaches_%28John_W._Creswell_J._David_Creswell%29_.pdf
- Fauziah, G. U., Nurochani, N., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 254–267. <https://www.academia.edu/download/100955867/6012.pdf>
- Hidayah, N. (2021). *Literasi Keuangan Syariah*. PT RajaGrafindo Persada. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/68863>
- Hidayat, A., Abdullah, W., Zulfikar, A., & Darussalam, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Pola Konsumsi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. 2, 224–239. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/3345>
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*, 235.
- KBBI. (2025). *Arti kata syariat - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. <https://kbbi.web.id/syariat>
- OJK. (2024). *Edukasi Konsumen: OJK Tingkatkan Literasi Keuangan Masyarakat* (September). Otoritas Jasa Keuangan. https://www.ojk.go.id/id/Publikasi/E-Magazine/Documents/Majalah_Edukasi_Konsumen_TW_III-2024-.pdf
- OJK. (2025). *Siaran Pers: OJK Gandeng BPS Gelar Survei Nasional Literasi dan Inklusi*

- Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-Gandeng-BPS-Gelar-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam, terjemahan*. Gema Insani Pers.
- Rachmawati, S. E., & Riyadi, H. (2025). *Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan Online dengan Kebiasaan Konsumsi Pangan Sumber Gula, Garam, dan Lemak pada Mahasiswa IPB University*.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizidietetik/article/view/57053>
- Rahmani, S., Mukhsin, M., & Fakhruddin, M. (2023). Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(1), 32–43.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/22678>
- Rusby, Z. (2017). *Ekonomi Islam*. Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
[https://repository.uir.ac.id/1971/1/Buku Ekonomi Islam.pdf](https://repository.uir.ac.id/1971/1/Buku%20Ekonomi%20Islam.pdf)
- Sofiani, I. (2019). Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website Dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Manajemen Informatika*, 10(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemen-informatika/article/view/31228/28352>
- Syaparruddin. (2021). *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*. Yogyakarta: TrustMedia Publishing. [http://repositori.iain-bone.ac.id/1331/1/Perilaku Konsumen Muslim_Full Book 2022-1.pdf](http://repositori.iain-bone.ac.id/1331/1/Perilaku%20Konsumen%20Muslim_Full%20Book%202022-1.pdf)
- Wijaya, D. (2020). *Marketplace Pedia*. Laksana.
<https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=wjQnEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=buku+marketplace+pdf&ots=Jucwwt2EHf&sig=Skfp4Krqb7quDn5xZCY-cTJYq-g>
- Yuliani, N., & Rahmatiah, R. (2020). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika Uin Alauddin Makassar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 6(1), 12–20. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurep/article/view/464>
- Zainardi, M. D. I., & Fahrullah, A. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Islam Unesa Terhadap Keputusan Pembelian Online di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 97–107.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/19255>