

**PERILAKU IMPULSIVE BUYING PERSPEKTIF HADIS
(STUDI HADIS TEMATIK)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Oleh :

Muslihatul Imaniah

NIM: 212104020010

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU HADIS
JUNI 2025**

**PERILAKU IMPULSIVE BUYING PERSPEKTIF HADIS
(STUDI HADIS TEMATIK)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S. Ag)
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
Program Studi Ilmu Hadis



Oleh

Muslihatul Imaniah
NIM : 212104020010

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN HUMANIORA
JUNI 2025**

**PERILAKU IMPULSIVE BUYING PERSPEKTIF HADIS
(STUDI HADIS TEMATIK)**

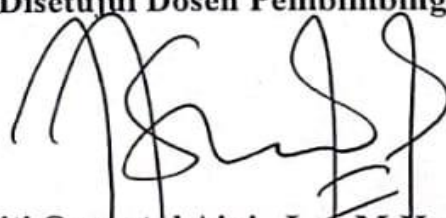
SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S. Ag)
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
Program Studi Ilmu Hadis

Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Muslihatul Imaniah
NIM: 212104020010
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Dosen Pembimbing



Siti Qurrotul Aini, Lc., M.Hum
NIP. 198604202019032003

**PERILAKU IMPULSIVE BUYING PERSPEKTIF HADIS
(STUDI HADIS TEMATIK)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S. Ag)

Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora

Program Studi Ilmu Hadis

Hari: Rabu

Tanggal: 11 Juni 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember

Ketua

Muhammad Faiz, M.A
NIP. 19851031201903006

Sekretaris

Moh Fathoni, MA
NIP.198610252020121002

Tim Penguji

Anggot

1. Dr. H. Safrudin Edi Wibowo, Lc.,M.Ag.
2. Siti Qurrotul Aini, Lc., M.Hum.

()
()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora


Dr. Anidul Asror, M.Ag.
NIP. 19740606200003 1003

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا¹

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir, tetapi berada di tengah-tengah antara yang demikian.”



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. Al-Furqān [25]: 67.

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ucapan syukur allhamdulillah, rasa terima kasih yang tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah membimbing penulis hingga skripsi ini selesai. Karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Musthofa dan ibunda Husnul Hotimah yang senantiasa selalu mendoakan dan mendukung dalam setiap langkah, memberikan semangat tak tergoyahkan serta memberikan kekuatan ketika penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Dukungan dan doa mereka menjadi sumber inspirasi yang tak ternilai, yang terus memotivasi untuk tetap melangkah maju dan mencapai tujuan. Tanpa kasih sayang dan perhatian mereka, perjalanan ini mungkin akan jauh lebih sulit.
2. Pasangan terhebat dalam hidup penulis, suami tercinta Muhammad Mahrus Ifandi yang telah memberikan semangat dan mengajarkan untuk selalu berusaha dan pantang menyerah.
3. Segenap keluarga besar, nenek dan kakek penulis Nursalim dan Nursiyah , serta adik penulis Muhammad Faqih Syarif Hidayatullah. Terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang senantiasa menguatkan di setiap perjalanan. Kebersamaan dan kasih sayang kalian menjadi pelengkap dalam setiap langkah penulis hingga karya ini dapat terselesaikan
4. Kedua mertua penulis, bapak Sugiono dan Ibu Sukati, serta adik ipar Muhammad Sofyan Bahrul Alam. Terima kasih atas doa, penerimaan, dan dukungan yang tulus selama proses perjuangan ini.

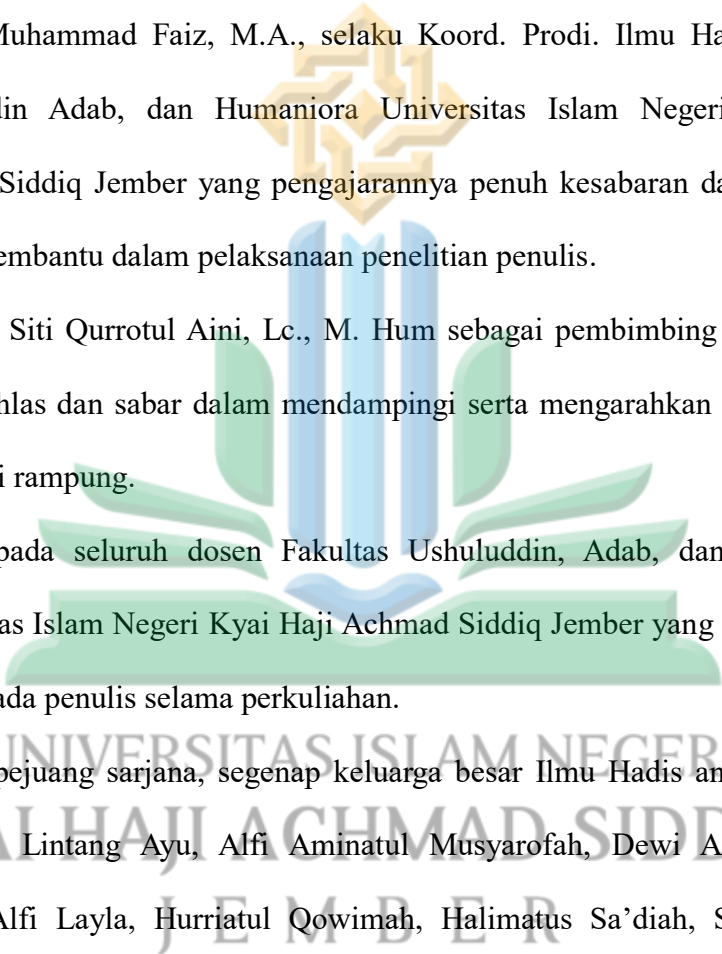
KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puji dan syukur hanya kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya, penulis berhasil menyelesaikan penelitian dengan judul “ PERILAKU IMPULSIVE BUYING PESPEKTIF HADIS (STUDI HADIS TEMATIK)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa lentera kehidupan dan suri teladan umat.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan memberikan inspirasi selama proses penyusunan karya ilmiah ini dan dalam menimba ilmu di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh civitas akademika universitas, fakultas, jurusan, program studi Ilmu Hadis, serta individu-individu yang berperan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Prof. Ahidul Asror, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab, dan Humaniora Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. Win Usuluddin, M. Hum., selaku Ketua Jurusan Studi Islam Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan wawasan, masukan, dan arahan yang sangat berharga.

- 
4. Ustadz Muhammad Faiz, M.A., selaku Koord. Prodi. Ilmu Hadis Fakultas Ushuluddin Adab, dan Humaniora Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq Jember yang pengajarannya penuh kesabaran dan arahnya sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian penulis.
 5. Ustadzah Siti Qurrotul Aini, Lc., M. Hum sebagai pembimbing skripsi yang begitu ikhlas dan sabar dalam mendampingi serta mengarahkan kami sampai skripsi ini rampung.
 6. Serta kepada seluruh dosen Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah berbagi ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
 7. Sahabat pejuang sarjana, segenap keluarga besar Ilmu Hadis angkatan 2021 terkhusus Lintang Ayu, Alfi Aminatul Musyarofah, Dewi Aisyah, Dewi Wulan, Alfi Layla, Hurriatul Qowimah, Halimatus Sa'diah, Siti Fatimah, Faiqotul Hasanah, Siti Atiqoh dan semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Jember, 10 Mei 2025

Penulis

ABSTRAK

Muslihatul Imaniah, 2025: Perilaku *Impulsive Buying* Perspektif Hadis (Studi Hadis Tematik)

Kata Kunci: Perilaku *Impulsive Buying*, Hadis Tematik

Perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Salah satu fenomena yang muncul dan semakin marak dalam kehidupan modern adalah perilaku *impulsive buying*. *Impulsive buying* merupakan tindakan pembelian yang dilakukan secara mendadak dan tanpa perencanaan sebelumnya. Dalam konteks ini, penting untuk meninjau kembali hal tersebut melalui pendekatan keagamaan yang komprehensif, agar umat Islam tidak terjebak dalam perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan mengkaji hadis-hadis Nabi Muhammad, yang merupakan sumber utama ajaran Islam setelah Al-Qur'an dan mengandung banyak pedoman etis terkait pola hidup, termasuk dalam aspek pembelanjaan dan pengelolaan harta.

Fokus permasalahan yang dibahas antara lain: 1) Apa makna perilaku *impulsive buying* menurut hadis? 2) Bagaimana relevansi hadis terhadap perilaku *impulsive buying* di era digital? Adapun tujuannya ialah: 1) untuk mendeskripsikan makna perilaku *impulsive buying* menurut hadis. 2) untuk mendeskripsikan relevansi hadis terhadap perilaku *impulsive buying* di era digital.

Karakteristik metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan jenis kajian kepustakaan (*library research*), menjadikan kitab-kitab Kutub al-Tis'ah sebagai sumber data primer dan dibantu berbagai literatur lainnya sebagai sumber data sekunder. Data yang telah didapatkan kemudian tersaji secara tematis (*mawdu'i*) dan deskriptif analitis dengan mula-mula akan dikumpulkan tentang apa saja hadis-hadis *impulsive buying*, mengevaluasi sanad dan matannya, menganalisis historis serta bagaimana pemahaman menurut para ahli hadis dengan menilik kitab-kitab syarahnya serta menganalisis makna dan relevansi hadis-hadis perilaku *impulsive buying* di era digital.

Hingga didapat kesimpulan bahwa: 1) pembelian impulsif umumnya bertentangan dengan ajaran Islam karena mencerminkan sikap tergesa-gesa (*al-'ajalah*), mengikuti hawa nafsu, dan berpotensi pada pemborosan. Namun, jika dorongan impulsif mengarah pada kebaikan seperti sedekah spontan, maka Islam menilainya sebagai amal terpuji. 2) Relevansi hadis terhadap perilaku ini juga tampak dalam tindakan sahabat Utsman bin Affan yang membeli Sumur Raumah secara spontan demi kepentingan umat, serta dapat dikontekstualisasikan dengan fenomena kedermawanan tokoh modern seperti Willie Salim. 3) Adapun terapi *impulsive buying* meliputi pendekatan psikologis (pengendalian emosi), sosial (dukungan lingkungan), dan spiritual (nilai ibadah, qana'ah, serta kesadaran akhirat), yang saling melengkapi untuk membentuk perilaku konsumsi yang bijak dan bertanggung jawab.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Huruf Arab	Awal	Tengah	Akhir	Bentuk Sendiri	Transliterasi (Latin/Indonesia)
ا	ا	ا	ا	ا	a / i / u (tergantung harakat)
ب	بـ	بـ	بـ	ب	B
ت	تـ	تـ	تـ	ت	T
ث	ثـ	ثـ	ثـ	ث	ṡ (s dengan titik di atas)
ج	جـ	جـ	جـ	ج	J
ح	حـ	حـ	حـ	ح	ḥ (h dengan titik di bawah)
خ	خـ	خـ	خـ	خ	Kh
د	دـ	دـ	دـ	د	D
ذ	ذـ	ذـ	ذـ	ذ	Ẓ
ر	رـ	رـ	رـ	ر	R
ز	زـ	زـ	زـ	ز	Z
س	سـ	سـ	سـ	س	S
ش	شـ	شـ	شـ	ش	Sy
ص	صـ	صـ	صـ	ص	ṣ
ض	ضـ	ضـ	ضـ	ض	ḍ
ط	طـ	طـ	طـ	ط	ṭ
ظ	ظـ	ظـ	ظـ	ظ	ẓ
ع	عـ	عـ	عـ	ع	‘ (ain)
غ	غـ	غـ	غـ	غ	Gh
ف	فـ	فـ	فـ	ف	F
ق	قـ	قـ	قـ	ق	Q
ك	كـ	كـ	كـ	ك	K
ل	لـ	لـ	لـ	ل	L

م	م	م	م	م	M
ن	ن	ن	ن	ن	N
ه	ه	ه	ه	ه	H
و	و	و	و	و	w / u / o
ي	ي	ي	ي	ي	y / i / e
ء	-	-	-	ء	' (hamzah)
ة	-	-	ة	ة	h (ta marbūṭah di akhir kata)

Kaidah tambahan :

1. Ta marbūṭah (ة) di akhir kata → ditransliterasikan sebagai “h”. Contoh:

الزكاة → az-zakāh

2. Syaddah → ditandai dengan penggandaan huruf Latin. Contoh: الرحمن →

ar-Raḥmān

3. Alif-lām qamariyah dan syamsiyah tetap ditransliterasi sebagai "al-".

Contoh: القمر → al-Qamar, الشمس → asy-Syams

4. Hamzah (ء) awal kata tidak ditulis, kecuali pada kata tertentu. Contoh:

أحمد → Aḥmad; مؤمن → Mu'min

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus penelitian	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Definisi istilah	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian terdahulu.....	14
B. Kajian teori.....	20
1. Pengertian Perilaku Impulsive Buying	22

2. Pengertian Hadis Tematik	23
3. Pemikiran Fazlur Rahman	24
4. Langkah-langkah Metode Hadis Tematik	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis penelitian.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data	29
C. Sumber Data	30
D. Analisis Data	31
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	34
A. Gambaran Umum Perilaku Impulsive Buying.....	34
B. Hadis-Hadis Tentang Perilaku Impulsive Buying	36
C. Relevansi Hadis Terhadap Perilaku Impulsive Buying di Era Digital.....	66
D. Terapi Islam Atas Perilaku Impulsive Buying	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

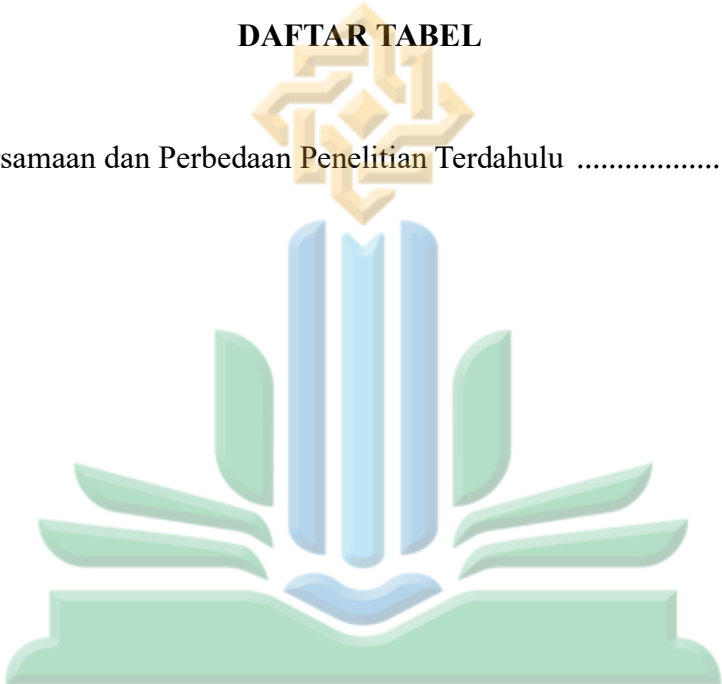
Lampiran-lampiran

Lampiran 1 Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 3 Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	19
--	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Salah satu fenomena yang muncul dan semakin marak dalam kehidupan modern adalah perilaku *impulsive buying*.

Impulsive buying merupakan tindakan pembelian yang dilakukan secara mendadak dan tanpa perencanaan sebelumnya. Perilaku ini berkembang seiring dengan kemajuan zaman dan pesatnya perkembangan teknologi yang mampu mengubah gaya hidup manusia. Kehadiran teknologi internet menawarkan beragam kemudahan dalam aktivitas sehari-hari, seperti berkomunikasi, belajar, bersosialisasi, hingga bekerja. Internet telah mengubah cara manusia berinteraksi, membuka akses tak terbatas ke berbagai sumber pendidikan, dan dalam bidang ekonomi, internet berperan penting dalam mendukung kegiatan perdagangan elektronik (*e-commerce*) atau transaksi daring. Salah satu contoh dari *e-commerce* adalah marketplace²

Hadirnya berbagai macam *marketplace*³ yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi jual beli dan mampu menarik perhatian semua kalangan, sehingga tidak sedikit pengguna internet yang memiliki aplikasi *marketplace* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Hal ini menjadikan

² Alcianno G Gani, 'Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya', *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 2.2 (2014), doi:10.35968/jsi.v2i2.49.

³ *marketplace* adalah platform digital yang memfasilitasi transaksi jual beli antara banyak penjual dan pembeli

marketplace sebagai salah satu tempat belanja yang paling populer pada saat ini. Oleh karena itu, untuk menambah daya tarik para konsumen, aplikasi ini menghadirkan berbagai macam strategi pemasaran, mulai dari *flash sale*, *live streaming*, video sponsor, *tagline cashback*, gratis ongkir dan lain-lain.⁴

Sebenarnya tujuan dari strategi penjualan ini adalah untuk mendorong pembeli dan memulai serangkaian perilaku yang akan mengarah pada aktivitas pembelian tidak terencana atau *impulsive buying*. Program *flash sale*, *tagline cashback*, diskon dan sebagainya mendorong banyak konsumen untuk melakukan pembelian impulsif, sehingga meskipun awalnya mereka tidak berniat membeli suatu barang, dengan adanya promosi tersebut, mereka langsung membeli barang yang diminati dan sesuai dengan keinginan mereka.⁵

Berdasarkan data dari Katadata Insight Center, lebih dari 60% konsumen e-commerce di Indonesia pernah melakukan pembelian impulsif saat mengikuti program diskon atau promosi daring.⁶ Sementara itu, laporan Statista menunjukkan bahwa sekitar 49% konsumen global mengakui melakukan pembelian spontan saat berbelanja online. Angka-angka ini menunjukkan bahwa perilaku impulsif telah menjadi bagian dari budaya konsumtif digital yang semakin mengakar.⁷

⁴ Intan Renita and Budi Astuti, 'Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Dan Shopping Enjoyment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta', *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01.8.5.2017 (2022), pp. 109–20.

⁵ Mahir Pradana, 'Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada Ukm', *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27.1 (2015), p. 174.

⁶ Katadata Insight Center, *Survei Perilaku Belanja Online Masyarakat Indonesia*, 2022.

⁷ Statista, *Online Impulse Buying Behavior in Global Markets*, 2023.

Fenomena ini tidak lepas dari berbagai faktor pemicu, seperti keberadaan algoritma iklan yang personal, pengaruh media sosial, strategi pemasaran oleh influencer, serta fitur-fitur seperti flash sale, gratis ongkir, dan sistem cicilan digital. Selain itu, dorongan emosional seperti stres, keinginan untuk menyenangkan diri sendiri (self-reward), dan rasa takut ketinggalan tren (FOMO) juga menjadi pemicu kuat munculnya perilaku impulsif.

Perilaku impulsive buying membawa dampak yang kompleks terhadap kehidupan masyarakat. Di satu sisi, ia mendorong pertumbuhan ekonomi digital dan mendukung pelaku usaha kecil. Namun di sisi lain, perilaku ini juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti pemborosan keuangan pribadi, peningkatan utang konsumtif, stres emosional, hingga keretakan hubungan sosial dan keluarga akibat pola konsumsi yang tidak sehat. Bahkan dalam jangka panjang, perilaku konsumtif semacam ini dapat melahirkan gaya hidup hedonis dan materialistis yang menjauhkan seseorang dari nilai-nilai spiritual dan kesederhanaan.

Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Liputan6.com, terdapat sebuah survei yang dilakukan oleh Populix untuk mengetahui kelompok masyarakat yang paling sering melakukan aktivitas belanja online. Dari hasil survei tersebut, ditemukan bahwa kelompok yang paling dominan dalam berbelanja secara daring berasal dari Generasi Z. Generasi ini mencakup individu yang berusia antara 18 hingga 21 tahun, yang menunjukkan tingkat aktivitas belanja online lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa anak muda dalam rentang usia

tersebut cenderung lebih aktif dalam memanfaatkan platform e-commerce untuk memenuhi kebutuhan mereka.⁸

Dengan demikian, Generasi Z cenderung membeli suatu barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena keinginan dan ketertarikan semata, yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif atau pemborosan dalam penggunaan harta. Hal ini di larangan oleh nabi karena dapat mengarah pada sikap berlebihan atau israf, sebagaimana disebutkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad bin Hanbal, yang berbunyi:

حَدَّثَنَا بِهِزُّ، حَدَّثَنَا هَمَّامٌ، عَنْ قَتَادَةَ، عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «كُلُوا، وَاشْرَبُوا، وَتَصَدَّقُوا، وَالْبَسُوا، فِي غَيْرِ مَخِيلَةٍ وَلَا سَرْفٍ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ تُرَى نِعْمَتُهُ عَلَى عَبْدِهِ»⁹

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Bahz, dari Qatadah, dari ‘Amru bin Syu’aib, dari ayahnya, dari kakeknya sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda : makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan berpakaianlah kalian dengan tidak merasa bangga dan sombong serta berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah bangga bila nikmat-Nya ada pada hamba-Nya diperlihatkan.”

Dalam perspektif Islam, setiap tindakan manusia tidak sekadar dipandang dari sisi praktis dan fungsional semata, tetapi juga harus berlandaskan pada nilai-nilai moral dan spiritual yang terkandung dalam ajaran agama. Hal ini termasuk dalam hal konsumsi dan pembelanjaan, yang tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai cerminan dari kondisi kejiwaan, akhlak, dan tingkat ketakwaan seseorang. Islam mengajarkan prinsip keseimbangan (*tawazun*), kehati-hatian (*wara'*),

⁸ Afifah Isnaini Cahyani Putri, Perilaku Impulse Buying Generasi-Z Melalui Shopee Selama Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, (Skripsi, 2021).

⁹ Abu Abdillah Ahmad bin Muhammad bin Hanbal bin Hilal bin Asad al-Syaibani, Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal (Mu'sasah al-Risalah 1.421 H.) 312

serta larangan terhadap perilaku berlebihan dan pemborosan (*israf*) dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Ketiga prinsip ini menjadi fondasi utama dalam membentuk pola konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab, baik secara individu maupun sosial.¹⁰

Seiring dengan munculnya gaya hidup modern yang konsumtif dan materialistik, fenomena *impulsive buying* atau pembelian impulsif semakin mengemuka sebagai bentuk perilaku konsumsi yang didorong oleh emosi sesaat, tanpa pertimbangan rasional atau kebutuhan nyata. Namun, perlu diketahui bahwa dalam ekonomi Islam, terdapat beberapa konsep dalam pembelian dan juga beberapa teori konsumsi. Oleh sebab itu, perilaku impulsif dalam berbelanja memerlukan edukasi dan perubahan pola pikir masyarakat agar mereka menyadari bahwa ekonomi Islam bukan sekadar teori, melainkan juga mengintegrasikan konsep konsumsi dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, *impulsive buying* tidak hanya merujuk pada pembelian suatu produk, tetapi juga mencakup pengeluaran dana secara tiba-tiba tanpa perencanaan sebelumnya.¹¹

Misalnya, pengeluaran dana untuk sedekah yang sering kali dilakukan tanpa perencanaan, seperti tiba-tiba memberi uang kepada seorang pengemis di pinggir jalan. Dalam konteks ini dapat kita tarik kesimpulan bahwa perilaku *impulsive buying* tidak semuanya berdampak negatif, sebab

¹⁰ Fakultas Ushuluddin and others, *PERILAKU KONSUMTIF DALAM AL- QUR ' AN (Studi Analisis Terhadap Penafsiran Abdullah Yusuf Ali Dalam The Holy Qur ' an , Text , Translation and Commentary) SKRIPSI*, 2022.

¹¹ Ermawati, Etika Konsumsi Islam Dalam Impulsive Buying, Jurnal Bilancia, Vol. 15 No. 1, Januari-Juni(2021).104-120

mengeluarkan harta untuk sedekah merupakan hal dianjurkan oleh Rasulullah, sebagaimana hadis yang diriwayatkan oleh An-Nasa'i dalam kitabnya yaitu Sunan An-Nasa'i no 11928:

عَنِ الْعَبَّاسِ بْنِ مُحَمَّدٍ، عَنْ خَالِدِ بْنِ مَخْلَدٍ، عَنْ سُلَيْمَانَ بْنِ بِلَالٍ، عَنْ مُعَاوِيَةَ بْنِ أَبِي مُزَرٍّ، عَنْ أَبِي الْحُبَابِ سَعِيدِ بْنِ يَسَارٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " مَا مِنْ يَوْمٍ يُصْبِحُ الْعِبَادُ إِلَّا مَلَكَانِ يَنْزِلَانِ، يَقُولُ أَحَدُهُمَا: اللَّهُمَّ أَعْطِ مُنْفِقًا خَلْفًا، وَيَقُولُ الْآخَرُ: اللَّهُمَّ أَعْطِ مُنْسِكًا تَلَفًا " ¹²

Artinya : Dari Al-'Abbas bin Muhammad, dari Kholid bin Makhlad, dari Sulaiman bin Bilal, dari Muawwiyah bin Abi Muzarrid, dari Abi Al-Hubab Sa'id bin Yasar, dari Abi Hurairah, berkata: Telah bersabda Rasulullah SAW : "Tidak ada suatu hari pun ketika seorang hamba melewati paginya, kecuali akan turun (datang) dua malaikat kepadanya, lalu salah satunya berkata, 'Ya Allah, berikanlah ganti bagi siapa yang menafkahkan hartanya', sementara satunya lagi berkata, 'Ya Allah, berikanlah kebinasaan kepada orang yang menahan hartanya (bakhil)'".

Di dalam kitab *Fathul Bari* syarah *Shohih Al-Bukhari*, hadis ini dimasukkan dalam bab (قول الله تعالى فأما من أعطى واتقى وصدق بالحسنى), Al-Zayn

bin Munir menyatakan bahwa hadis ini dimasukkan ke dalam bab anjuran bersedekah agar dapat dipahami bahwa tujuan utama dari hadis tersebut adalah mendorong umat untuk membelanjakan harta atau mengeluarkan uang demi tujuan amal ibadah. Dalam kitab ini juga dijelaskan bahwa menafkahkan harta memiliki makna menggunakan atau bahkan mengalokasikan harta secara besar untuk tujuan amal di jalan Allah, sehingga pahala besar akan diperoleh di akhirat kelak.¹³

¹² Abū 'Abdu ar-Rahman Ahmad bin Syua'ib bin Alī al-Khurōsānī an-Nasāī, *Sunan an-Nasai*, Juz. 8 (Aleppo: Maktab al-maṭbu'āt al-islāmiyah, 1406 H.), 424

¹³ Al-Hafid Ibnu Hajar al-Asqalani, *Fathul Bari bi Syarah shohih al-Bukhari*

Jika dikaitkan dengan perilaku impulsive buying, yaitu kecenderungan mengeluarkan harta secara spontan dan tanpa perencanaan, terdapat potensi dampak positif yang dapat diambil. Sebagai contoh, pada momen tanggal cantik seperti 5.5 di platform belanja online Shopee, harga mukena menjadi lebih murah dan mendapat potongan harga yang menggiurkan. Secara spontan, seseorang membeli tujuh pasang mukena tanpa perencanaan sebelumnya. Namun, ketika mukena tersebut kemudian dibagikan kepada anak yatim atau disumbangkan kepada mereka yang kurang mampu dengan tujuan agar mereka lebih semangat dalam beribadah, pembelian tersebut bertransformasi menjadi sedekah yang bernilai amal ibadah.

Dengan demikian, perilaku impulsive buying yang diarahkan pada tujuan berbagi dan membantu sesama dapat menjadi wujud nyata dari anjuran hadis tersebut. Pembelian spontan yang dilakukan tidak hanya memberikan kepuasan pribadi tetapi juga membawa manfaat bagi orang lain, sehingga tindakan tersebut bernilai positif dan berpahala di sisi Allah. Dalam konteks ini, penting untuk meninjau kembali fenomena tersebut melalui pendekatan keagamaan yang komprehensif, agar umat Islam tidak terjebak dalam perilaku konsumsi yang bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan mengkaji hadis-hadis Nabi Muhammad, yang merupakan sumber utama ajaran Islam setelah Al-Qur'an dan mengandung banyak pedoman etis terkait pola hidup, termasuk dalam aspek konsumsi dan pembelanjaan.

Hadis juga memuat banyak ajaran mengenai etika konsumsi, pengendalian diri, dan pentingnya mempertimbangkan manfaat serta mudarat dalam setiap tindakan. Dalam konteks ini, studi terhadap perilaku *impulsive buying* melalui pendekatan tematik terhadap hadis (manhaj tematik) menjadi relevan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif. Pendekatan tematik yang dikembangkan oleh Fazlur Rahman menekankan pentingnya pemahaman kontekstual terhadap makna-makna normatif dari hadis agar dapat diterapkan secara relevan dalam konteks kekinian.¹⁴

Pembahasan inti dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pandangan hadis-hadis Nabi Muhammad terhadap fenomena perilaku *impulsive buying*. Untuk mengkaji hal tersebut secara lebih mendalam, penulis akan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan sejumlah hadis yang memiliki tema yang relevan. Hadis-hadis tersebut akan dianalisis secara sistematis menggunakan pendekatan kajian tematik (*maudu'i*), yang memungkinkan penelusuran makna-makna normatif secara menyeluruh berdasarkan pengelompokan tema tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi nilai-nilai etis dan spiritual yang terkandung dalam hadis-hadis tersebut, yang dapat memberikan pedoman bagi umat Islam dalam mengelola dorongan emosional ketika mengelola hartanya dan mendorong pola kepribadian yang lebih bijak. Dengan memilih judul “Perilaku Impulsive Buying dalam Perspektif Hadis (Studi Kajian Tematik)”, penulis ingin menekankan bahwa hadis sebagai

¹⁴ Muhammad Umar and Ibnu Malik, ‘Metodologi Pemikiran Fazlur Rahman Dalam Memahami Hadits: Menjembatani Konteks Historis Dan Relevansinya Di Era Kontemporer’, 04.01 (2025), pp. 26–43, doi:10.38073/batuthah.v4i1.2453.

sumber hukum kedua dalam Islam memiliki kekayaan pesan moral yang dapat menjadi solusi atas problematika sosial kontemporer, termasuk dalam aspek perilaku konsumsi modern yang cenderung tidak terkendali.

Melalui pendekatan tematik ini, penulis tidak hanya membatasi diri pada pengkajian literal hadis-hadis yang terpilih, tetapi juga mencoba untuk memahami konteks dan pesan moral yang terkandung di dalamnya secara lebih luas. Pendekatan ini memberikan ruang bagi analisis yang bersifat kontekstual dan relevan dengan dinamika zaman sekarang, sehingga ajaran Nabi Muhammad dapat diaktualisasikan dalam kehidupan konsumsi masyarakat modern secara aplikatif dan berkesinambungan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas

1. Apa makna perilaku impulsive buying menurut hadis?
2. Bagaimana relevansi hadis perilaku impulsive buying di era digital
3. Bagaimana terapi islam atas perilaku impulsive buying?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan makna perilaku impulsive buying menurut hadis.
2. Untuk mendeskripsikan relevansi hadis perilaku impulsive buying di era digital.
3. Untuk mendeskripsikan terapi islam atas perilaku impulsive buying.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi yang akan disebarluaskan setelah rampung. Manfaatnya bersifat teoritis dan praktis, terutama bagi peneliti, institusi, dan masyarakat luas, dengan tetap mempertimbangkan batasan yang realistis. Dalam prosesnya, peneliti akan mendapatkan manfaat baik dari segi teori maupun praktik,¹⁵ antara lain:

1. Manfaat teoritis

- a. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya khasanah keilmuan dalam studi hadis, khususnya dalam mengaitkan teks hadis dengan fenomena sosial kontemporer seperti perilaku impulsive buying. Dengan melakukan kontekstualisasi hadis, penelitian ini menjadi bagian dari upaya pengembangan metode pemahaman hadis yang relevan dengan dinamika zaman, sebagaimana digaungkan oleh pemikir kontemporer seperti Fazlur Rahman. Ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tema-tema muamalah atau psikologi konsumen dalam perspektif Islam.
- b. Mampu mengembangkan pengetahuan dan menghasilkan wawasan serta rekomendasi konstruktif untuk memahami dan mengamalkan hukum-hukum Islam.

¹⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-13, Alfabeta, 2019, hlm. 65.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini sangat memberikan manfaat bagi peneliti, proses penulisan skripsi ini menjadi wadah pembelajaran dalam mengintegrasikan teori dengan fenomena empiris. Peneliti mendapatkan pengalaman dalam mengkaji hadis secara mendalam, baik dari aspek matan, sanad, maupun kontekstualisasinya, serta belajar mengaplikasikan nilai-nilai hadis dalam fenomena kehidupan modern.

b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan tidak hanya sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana, tetapi juga membantu proses pembelajaran dan penerapan ilmu pengetahuan serta menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pembaca mengenai langkah-langkah dan penerapan dalam melakukan penelitian, serta memberikan pemahaman tentang hadis yang berkaitan dengan fenomena impulsive buying.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah adalah langkah untuk memberikan panduan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menginterpretasikan penelitian. Selain itu, definisi ini membantu mengarahkan jalannya penelitian dan memberikan

gambaran yang dapat dipahami dari judul penelitian. Istilah-istilah penting yang menjadi fokus penelitian dijelaskan dalam definisi istilah, bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman mengenai makna istilah-istilah tersebut sesuai dengan maksud peneliti.¹⁶

1. *Impulsive Buying*

Dalam pandangan ekonomi Islam, konsep impulsive buying tidak hanya sekadar berkaitan dengan tindakan membeli suatu produk secara mendadak, tetapi juga mencakup pengeluaran dana yang dilakukan tanpa perencanaan atau pertimbangan matang sebelumnya. Dalam Islam, aktivitas konsumsi sangat ditekankan untuk selalu memperhatikan prinsip keseimbangan (tawazun), perencanaan yang baik, dan pengelolaan keuangan yang bijaksana. Hal ini bertujuan untuk menghindari sifat berlebihan dan pemborosan dalam penggunaan harta. Namun, impulsive buying tidak selalu bernilai negatif, dalam situasi tertentu, tindakan pengeluaran mendadak justru dapat menjadi bentuk amal kebaikan. Dalam hal ini, impulsive buying menjadi sarana menyalurkan harta dengan tujuan yang mulia dan sesuai dengan prinsip syariah.¹⁷

2. Hadis Tematik

Dalam pengertian terminologis, hadis tematik adalah metode pengumpulan hadis-hadis Nabi Muhammad SAW yang tersebar di berbagai kitab hadis, baik yang terdapat dalam kitab Shahih, Sunan,

¹⁶ Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research Jilid 1*. Edisi Kedua, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 2007, hlm. 55

¹⁷ Anastasia F Anin, Rusamin, and Nuryati Atamimi, 'Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja', *Jurnal Psikologi*, 35.2 (2008), pp. 181–93.

Musnad, maupun kitab-kitab hadis lainnya. Hadis-hadis tersebut kemudian diseleksi berdasarkan relevansinya dengan tema atau topik tertentu yang sedang dikaji. Setelah dikumpulkan, hadis-hadis tersebut disusun secara sistematis dan dianalisis dengan memperhatikan sebab-sebab kemunculannya (asbâb al-wurûd), konteks historis, serta makna dan pesan yang terkandung di dalamnya.¹⁸

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif.¹⁹

Sistematika tersebut terdiri dari:

Bab pertama pendahuluan, dalam bab ini membuat komponen dasar penelitian mengenai latar belakang yang berisi tentang fenomena yang telah diangkat dalam penelitian, serta alasan mengapa penelitian ini layak untuk dilakukan, fokus penelitian berisi tentang fenomena yang bersifat spesifik mengenai batas-batas peneliti, tujuan penelitian berisi tentang tujuan yang akan dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan praktis, definisi istilah berisi tentang istilah penting yang titik fokus penelitian dan sistematika pembahasan berisi tentang alur pembahasan yang dimulai dari pendahuluan sampai penutup.

¹⁸ M.A. Dr. Abdul Karim, M.A Abdullah Hanapi, M.Hum Waffada Arief Najiyya, *Tafsir Hadis Tematik : Kajian Tema Aqidah Akhlak*, 2022.

¹⁹ Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan Pertama, Pustaka Baru Press, 2014, hlm. 120.

Bab kedua, kajian kepustakaan yang berisi mengenai kajian kepustakaan dan kajian teori. Kajian kepustakaan berisi tentang definisi dan tinjauan mengenai penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu berguna untuk melihat sejauh mana keaslian dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Sedangkan kajian teori berisi tentang teori yang terkait dalam penelitian sehingga berguna sebagai perspektif dalam penelitian.

Bab ketiga, metode penelitian memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Fungsi dari bab ini adalah sebagai pedoman dalam penelitian yang berupa langkah-langkah yang harus diikuti untuk menjawab pertanyaan dalam fokus penelitian.

Bab keempat laporan penelitian ini didedikasikan untuk penyajian data yang komprehensif dan analisis mendalam. Fokus utama dalam bab ini adalah mengurai dan mengkaji hadis-hadis yang berkaitan dengan transaksi jual beli serta mengidentifikasi pola-pola perilaku pembeli yang relevan. Lebih lanjut, bab ini menjelajahi keterkaitan yang signifikan antara pemahaman hadis-hadis tersebut dengan fenomena pembelian impulsif yang terjadi di masyarakat, menawarkan perspektif hadis yang mendalam terhadap perilaku konsumtif ini.

Bab kelima merupakan bab penutup yang menyajikan beberapa kesimpulan, termasuk jawaban atas masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Bab ini juga menyertakan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi studi hadis maupun yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan, sangat penting untuk membuat pemetaan penelitian. Oleh karena itu, akan dicantumkan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah meneliti masalah jual beli flash sale dan perilaku impulse buying.

1. Skripsi yang ditulis oleh Imam Mukhtarom, dengan judul “Pemahaman Yusuf Al-Qardawi Terhadap Hadis-Hadis Tentang Prilaku Konsumtif” dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut dijelaskan tentang perilaku konsumtif yang sesuai dengan hadis-hadis Nabi SAW yaitu tidak kikir, tidak bakhil, tidak boleh melakukan kemubaziran, tidak berlebih-lebihan dan dengan menanamkan sifat kesederhanaan. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan yang berorientasi pada kajian pustaka dengan sumber data berupa tulisan-tulisan Yusuf Al-Qardawi yang berkenaan dengan tema yang dimaksud.²⁰ Persamaan penelitian ini dan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti hadis-hadis tentang perilaku konsumtif dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada analisis penelitiannya, dimana penelitian ini menggunakan pemahaman Yusuf Al-Qardawi dalam menganalisis hadis-hadis tentang perilaku konsumtif, sementara penelitian yang dilakukan yaitu dengan kajian tematik sebagai

²⁰ Pemahaman Yūsuf, A L Qaradāwī, and Hadis-hadis Tentang Prilaku Konsumtif, ‘Pemahaman Yūsuf Al - Qaradāwī Terhadap Hadis-Hadis Tentang Prilaku Konsumtif’, 2019.

pisau penelitian terhadap hadis-hadis tentang perilaku konsumtif dengan fenomena impulsive buying.

2. Jurnal yang ditulis oleh Cucu komal, dengan judul “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali” dari UIN sunan gunung Djati Bandung. Dalam penelitian tersebut menjelaskan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi impulsive buying yaitu diantaranya karakteristik produk, karakteristik pemasaran dan karakteristik konsumen yang muncul dengan proses pembelian. Dalam perspektif AL-Ghozali perilaku konsumsi harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Munculnya ilmu ekonomi yang semakin berkembang sebab zaman yang modern dan dihadapkan pada keinginan manusia yang tidak terbatas, sehingga sulit bagi mereka membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Prinsip konsumsi yang diisyaratkan dalam Al-Quran dan Hadis ada empat yaitu 1) hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan; 2) implementasi zakat, infaq dan shadaqah; 3) pelarangan riba; 4) menjalankan usaha-usaha yang halal; dari produk atau komoditi, proses produksi, distribusi hingga konsumsi. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan studi pustaka. Studi ini menelaah berbagai literatur dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya. Penelitian ini melakukan analisis mendalam tentang perilaku konsumsi impulsif masyarakat modern dari perspektif Islam, dengan fokus khusus pada pemikiran ekonomi Imam Al-Gazali.²¹

²¹ Cucu Komala, ‘Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali’, *Jurnal Perspektif*, 2.2 (2019), p. 248, doi:10.15575/jp.v2i2.31.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian dilakukan ialah sama-sama menjadikan perilaku konsumsi *impulsive buying* sebagai objek penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada perspektif yang menjadi tolak ukur dalam mengkaji perilaku konsumtif *impulsive buying*. Penelitian ini menggunakan perspektif Al-Ghozali, Sementara penelitian yang dilakukan menggunakan perspektif hadis-hadis nabi dengan studi kajian hadis tematik.

3. Jurnal yang disusun oleh Nur Rahmah dan Munadi Idris, dengan judul “*Impulsive Buying Behaviour* Dalam Perspektif Ekonomi Islam” dari IAI Al- Mawaddah Warrahmah Kolaka tahun 2018. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa *impulsive buying behaviour* sebagai salah satu tipe dari perilaku konsumtif. Pembelian impulsif ditandai dengan tindakan membeli atau mengeluarkan sejumlah uang untuk produk atau barang secara tiba-tiba, spontan, dan tanpa perencanaan sebelumnya. Jika dikaitkan dengan zakat, infak, dan sedekah dijelaskan bahwa mengeluarkan dana untuk zakat bertujuan memperoleh pahala yang akan bermanfaat di akhirat. Dengan demikian, perilaku pembelian impulsif tidak selalu berdampak negatif, tergantung pada tujuan pengeluaran dana tersebut. Apakah digunakan untuk kesenangan duniawi, ataukah untuk urusan ibadah seperti zakat, infak, dan sedekah. Menurut penelitian ini perilaku pembelian impulsif perlu disosialisasikan dan pandangan masyarakat serta pelaku ekonomi konvensional perlu diubah. Ekonomi Islam tidak hanya melihat konsep konsumsi dari satu sisi tetapi mengintegrasikan teori konsumsi

dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, pembelian impulsif adalah pengeluaran dana secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Contohnya, mengeluarkan uang untuk sedekah sering kali dilakukan tanpa perencanaan, seperti memberi uang kepada pengemis secara tiba-tiba. Orang dermawan seperti ini masih sering ditemui di lingkungan sekitar.²²

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan yakni dalam menganalisis perilaku konsumtif *impulsive buying* ditinjau dari dampak negatif maupun positifnya menurut pandangan ekonomi Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Salah satu fokus penelitian ini adalah upaya dalam mengeksplorasi dan mengubah pandangan masyarakat dan pelaku ekonomi konvensional mengenai integrasi antara teori konsumsi dan ekonomi Islam. Sementara penelitian yang dilakukan lebih tertuju pada konsep Islam yang bersandar pada sumber hukum yang kedua yaitu hadis-hadis nabi untuk merespon atau menanggapi perilaku konsumtif *impulsive buying*.

4. Skripsi yang ditulis oleh Camelia Hasanah dengan judul “Perilaku *Impulse Buying* Generasi Milenia Kota Bengkulu Pada *E-Commerce* Perspektif Yusuf Al-Qardhawi”, dari UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Penelitian ini menemukan bahwa perilaku konsumsi generasi milenia pada umumnya bersikap impulsif dan belum bisa menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini sesuai dengan teori disesuaikan dengan teori konsumtif

²² Nur Rahmah and Munadi Idris, ‘Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam’, *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 1.2 (2018), pp. 88–98, doi:10.5281/zenodo.1440372.

perspektif Yusuf Al-Qardawi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku konsumsi generasi milenial di Kota Bengkulu cenderung impulsif dan masih belum mampu menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Perilaku pembelian impulsif yang dilakukan oleh generasi milenial di Kota Bengkulu belum sepenuhnya sejalan dengan teori perilaku konsumsi menurut Yusuf Qardhawi. Sebagian informan yang melakukan pembelian impulsif lebih sering membeli barang berdasarkan keinginan mereka, bukan berdasarkan kebutuhannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang diterapkan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.²³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama menggali informasi mengenai pengaruh perilaku impulsive buying yang disebabkan oleh e-commerce. Perbedaannya terletak pada metode dan perspektif yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode Library Research dengan teknik mengumpulkan, mengklasifikasi, memverifikasi dan menginterpretasikan data.

²³ Camelia Hasanah, Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Kota Bengkulu Pada E-Commerce Perspektif Yusuf Qardhawi. Skripsi Analytical Biochemistry, 11.1 (2018), pp. 1–5
<https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Pemahaman Yusuf Al-Qardawi Terhadap Hadis-Hadis Tentang Prilaku Konsumtif	a. Membahas hadis-hadis tentang perilaku konsumtif b. Menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode kepustakaan.	Perbedaannya terletak pada pembahasan yang lebih dispesifikkan kepada pemahaman tokoh Yusuf Al-Qardawi terhadap hadis tentang perilaku konsumtif.
2.	Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali	a. Menjadikan perilaku impulsive buying sebagai objek penelitian b. Menganalisis secara mendalam perilaku impulsive masyarakat modern dengan kacamata agama	Perbedaannya terletak pada perspektif yang menjadi tolak ukur dalam mengkaji perilaku konsumtif impulsive buying, yaitu menggunakan perspektis Imam Al-Ghazali
3.	Perilaku Konsumtif Dalam Al-Qur'an (Studi Analisis terhadap Penafsiran Abdullah Yusuf Ali dalam The Holy Qur'an, Text, Translation and Commentary)	a. Menggunakan kajian studi tematik dalam menganalisis perilaku konsumtif impulsive buying b. Menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode kepustakaan (library research)	Perbedaannya terletak pada studi analisis yang digunakan yaitu menggunakan studi analisis penafsiran Abdullah Yusuf Ali dalam The Holy Qur'an, Text, Translation and Commentary
4.	<i>Impulsive Buying Behaviour</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam	a. Menganalisis perilaku konsumtif <i>impulsive buying</i> ditinjau dari dampak negatif maupun positifnya b. Menganalisis secara detail perilaku masyarakat modern dalam berperilaku konsumtif.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Salah satu fokus penelitian ini adalah upaya dalam mengeksplorasi dan mengubah pandangan masyarakat dan pelaku ekonomi konvensional mengenai integrasi antara teori konsumsi dan ekonomi Islam.
5.	Perilaku <i>Impulse Buying</i> Generasi Milenia Kota Bengkulu Pada <i>E-Commerce</i> Perspektif	a. Menggali informasi mengenai pengaruh perilaku <i>impulsive buying</i> yang disebabkan oleh e-	Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research) dengan pendekatan deskriptif

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Yusuf Al-Qardhawi	<i>commerce</i> b. Mencoba untuk menyesuaikan antara perilaku impulsive buying dengan teori konsumtif dalam Islam	kualitatif. Teknik pengumpulan data yang diterapkan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Impulsive Buying

Impulsive buying berasal dari dua kata, yaitu *impulsive* yang memiliki arti sikap seseorang ketika melakukan suatu tindakan tanpa memikirkan akibatnya dan kata *buying* yang memiliki arti membeli, pembelian, memborong. Menurut KBBI, *impulsive buying* adalah pembelian yang bersifat spontan dalam bertindak secara tiba-tiba mengikuti kemauan hati.²⁴ Istilah *impulsive buying* berasal dari bidang psikologi dan pemasaran. Fenomena ini pertama kali diperhatikan oleh para peneliti dan profesional di bidang pemasaran yang mempelajari perilaku konsumen.²⁵

Menurut Rook, *impulsive buying* adalah dorongan tiba-tiba untuk membeli yang kuat dan sering kali tidak dapat ditahan, tetapi dalam konteks positif, dorongan ini bisa muncul karena pengaruh emosional yang baik, seperti rasa empati atau keinginan untuk berbagi. Rook juga menekankan bahwa pembelian impulsif tidak selalu negatif, terutama jika

²⁴KBBI Online, "Impulsive buying", diakses pada 7 Juni 2024, dari (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>)

²⁵Rook, D.W. Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199, (1987).
<https://doi.org/10.1086/209105>

didorong oleh alasan altruistik atau keputusan yang mengarah pada kebahagiaan jangka panjang.²⁶

Selain itu, Piron memperluas pengertian impulsive buying dengan menekankan bahwa pembelian spontan juga bisa didasari pada respons positif terhadap stimulus lingkungan, seperti promosi produk yang bermanfaat atau kampanye sosial yang menyentuh. Dalam hal ini, pembelian impulsif menjadi tindakan yang mendukung hal-hal baik dan berkontribusi pada kebaikan sosial.²⁷

Jadi, impulsive buying terjadi ketika pembelian spontan bukan hanya tentang pemuasan keinginan pribadi, tetapi juga tentang memberikan dampak baik bagi diri sendiri dan orang lain.

2. Pengertian Hadis Tematik

Metode hadis tematik (maudhūī) merupakan salah satu pendekatan kontemporer dalam studi hadis yang berorientasi pada pemahaman komprehensif terhadap suatu tema tertentu berdasarkan hadis-hadis Nabi Muhammad saw. Pendekatan ini dipandang relevan dalam menjawab tantangan zaman serta kebutuhan umat yang terus berkembang.

Al-Ghazali memahami hadis tematik sebagai metode yang mengkaji hadis dengan mengaitkan berbagai riwayat yang membahas satu tema tertentu, kemudian menganalisis makna dan tujuannya secara menyeluruh. Menurutnya, pendekatan ini penting agar makna hadis tidak

²⁶Rook, Dennis W. "The Buying Impulse." *Journal of Consumer Research* 14, no. 2 (1987): 189–199.

²⁷Piron, Francis. "Defining Impulse Purchasing." *Advances in Consumer Research* 18, no. 1 (1991): 509–514.

dipahami secara parsial, tetapi dalam semangat Islam yang utuh dan kontekstual.²⁸

Menurut Yusuf al-Qaradawi, hadis tematik adalah upaya untuk mengumpulkan seluruh hadis tentang satu topik, kemudian mengkaji dan memahami maknanya dengan mempertimbangkan konteks sosial, historis, dan kebutuhan umat masa kini. Ia menekankan pentingnya aktualisasi hadis agar tetap relevan dalam menjawab tantangan zaman.²⁹

3. Pemikiran Fazlur Rahman

Pendekatan tematik dalam kajian hadis memiliki kesamaan dengan metode tematik dalam Al-Qur'an. Caranya adalah dengan mengumpulkan dan menganalisis hadis-hadis yang berkaitan dengan tema tertentu. Metode ini berupaya memahami hadis secara sistematis dan menyeluruh dengan mengaitkan berbagai riwayat dalam satu topik, sehingga menghasilkan pemahaman yang utuh dan sesuai dengan konteks Islam.³⁰

Dalam penerapannya, hadis-hadis dengan tema serupa dihimpun, kemudian dikaji baik dari segi validitas periwayatan (sanad) maupun isi kandungannya (matan). Setelah itu, hadis-hadis tersebut ditafsirkan dengan memperhatikan makna tekstual dan kontekstual, serta disesuaikan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam secara keseluruhan. Salah satu tokoh yang

²⁸ Muhammad al-Ghazali, *Al-Sunnah al-Nabawiyyah bayna Ahl al-Fiqh wa Ahl al-Hadith* (Kairo: Dar al-Shuruq, 1989), hlm. 55.

²⁹ Yusuf al-Qaradawi, *Kaifa Nata'amal Ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah* (Kairo: Dar al-Shuruq, 1990), hlm. 88.

³⁰ Dr. Abdul Karim, M.A Abdullah Hanapi, M.Hum Waffada Arief Najjiyya, Tafsir Hadis Tematik..

dikenal sebagai pelopor dan pengembang metode penafsiran hadis tematik ini adalah Fazlur Rahman.³¹

Fazlur Rahman dikenal sebagai salah satu pemikir Muslim yang memberikan kontribusi besar dalam pengembangan tafsir kontemporer, khususnya melalui metode tafsir tematik. Dalam pendekatannya, Fazlur Rahman mengembangkan sebuah pendekatan yang menjadikan hadis tetap relevan. Untuk menghindari pemahaman hadis yang parsial serta mencegah masuknya ide-ide non-hadis dalam penafsiran, Fazlur Rahman menekankan pentingnya pembaruan metodologi dalam kajian hadis.³²

Komaruddin Hidayat menegaskan bahwa metode tafsir tematik Rahman tidak hanya berfokus pada pemahaman literal atau tekstual semata, melainkan juga menggali makna mendalam dari ajaran Islam yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Rahman berusaha mengangkat prinsip-prinsip universal yang terkandung dalam wahyu untuk menciptakan masyarakat yang memiliki kesadaran moral, rasionalitas, dan kemanusiaan.³³

Dalam konteks ini, Fazlur Rahman mengajukan metode penafsiran hadis yang bersifat Sintetis-Logis, yaitu dengan menghubungkan berbagai riwayat yang memiliki keterkaitan tematik. Dengan kata lain, metode Sintetis-Logis ini mengakomodasi pendekatan tematik (Tafsīr Mawḍū‘ī)

³¹ “Mengenal Tiga Tafsir Tematik Populer di Indonesia,” diakses 13 Maret 2025, <https://tanwir.id/mengenal-tiga-tafsir-tematik-populer-di-indonesia/>.

³² Fazlur Rahman, *Islamic Methodology in History* (Karachi: Central Institute of Islamic Research, 1965), hlm. 45-67

³³ Komaruddin Hidayat, *Memahami Bahasa Agama: Sebuah Kajian Hermeneutik* (Jakarta: Paramadina, 1996), hlm. 45-47.

dalam studi hadis, yang kemudian disintesis secara logis untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan relevan.³⁴

Artinya Fazlur Rahman menawarkan sebuah cara menafsirkan hadis yang disebut metode Sintetis-Logis. Metode ini dilakukan dengan menghubungkan beberapa hadis yang memiliki tema serupa, kemudian dikaji secara logis dan mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang utuh dan menyeluruh. Pendekatan ini serupa dengan tafsīr mawḍū'ī (tafsir tematik), yaitu menelaah suatu tema tertentu dengan menghimpun seluruh hadis yang berkaitan, lalu menyusunnya secara sistematis. Tujuannya adalah untuk menghasilkan pemahaman yang relevan dengan konteks zaman dan kebutuhan manusia modern, tanpa lepas dari nilai-nilai dasar

Islam

4. Langkah-langkah Metode Hadis Tematik

Proses metode ini dalam kajian hadis biasanya melibatkan beberapa tahapan:

- 1) Pengumpulan hadis dalam metode tematik (*al-hadīts al-mawḍū'ī*) adalah langkah awal dan sangat krusial dalam proses kajian hadis tematik. Pada tahap ini, peneliti berusaha menghimpun seluruh hadis yang berkaitan dengan satu tema tertentu dari berbagai kitab hadis induk atau primer.
- 2) Evaluasi sanad dan matan, yaitu memeriksa validitas periwayatan (sanad) dan isi hadis (matan) untuk memastikan keabsahan dan kekuatan hadis-hadis yang dikumpulkan.

³⁴ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago: University of Chicago Press, 1982), hlm. 5-7.

- 3) Analisis historis, menurut Fazlur Rahman adalah langkah untuk memahami makna asli teks Hadis dalam konteks sejarah dan sosial masyarakat saat teks itu muncul, agar bisa ditarik nilai moral universalnya untuk diterapkan pada zaman sekarang.
- 4) Kontekstualisasi, menurut Fazlur Rahman, kontekstualisasi adalah usaha untuk memahami dan menerapkan ajaran Islam termasuk hadis agar tetap sesuai dengan perkembangan zaman. Ia menekankan bahwa yang paling penting adalah menangkap nilai-nilai moral dan etika di balik isi hadis, bukan hanya terpaku pada kata-kata atau bentuk luarnya saja. Dengan demikian, kontekstualisasi menurut Fazlur Rahman bukan berarti mengubah isi hadis, tetapi menggali hikmah dan nilai-nilai intinya, lalu menerapkannya dalam realitas kontemporer secara bijak dan bermakna.
- 5) Integrasi dengan prinsip islam, menurut Fazlur Rahman, setiap pemahaman terhadap hadis harus diintegrasikan dengan prinsip-prinsip dasar Islam, seperti keadilan, kasih sayang, kebebasan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Artinya, ketika menafsirkan atau menerapkan hadis, tidak boleh lepas dari tujuan utama syariat (maqāṣid al-syarī'ah). Ia menekankan bahwa ajaran Islam bersifat menyeluruh dan membawa nilai-nilai universal. Oleh karena itu, pemahaman terhadap hadis harus selaras dengan semangat Islam yang menekankan kemanfaatan bagi manusia, bukan dipahami secara sempit atau kaku³⁵

³⁵ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago: University of Chicago Press, 1982), hlm. 14-35

Pendekatan ini sangat berguna dalam tafsir tematik hadis (*tafsir maudu'i lil hadits*), di mana berbagai hadis dikaji untuk merumuskan pemahaman yang utuh tentang suatu isu, seperti etika sosial, hukum Islam, atau prinsip keadilan. Dengan metode Sintetis-Logis, kita dapat menyusun konsep yang konsisten dan kontekstual, tanpa terjebak pada pemahaman tekstual yang parsial.³⁶



³⁶ Tamara A. Sonn, "Fazlur Rahman's Islamic Methodology," *The Muslim World*, Vol. 81, No. 3-4 (1991): hlm. 212-228.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

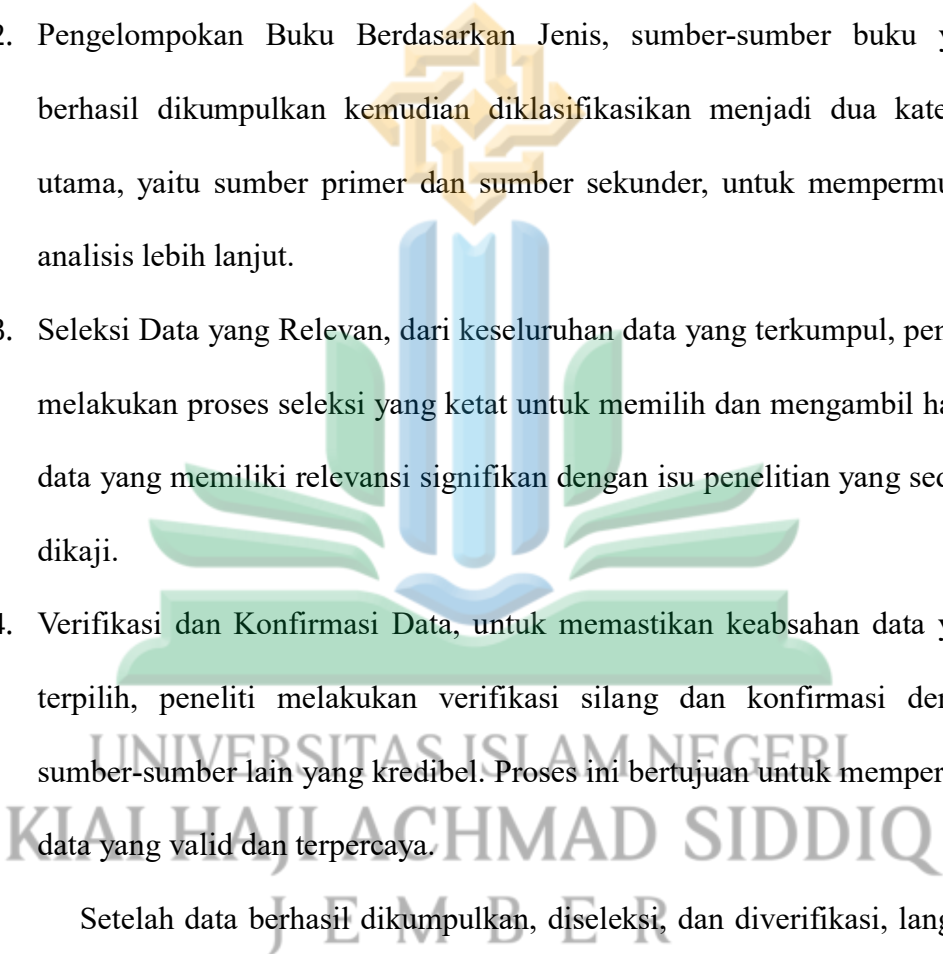
Penelitian ini termasuk dalam kategori jenis penelitian kepustakaan (*Library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber-sumber yang ada di perpustakaan, seperti buku, jurnal, artikel, dan dokumen lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dari literatur yang sudah ada guna menjawab pertanyaan penelitian atau mengembangkan pemahaman tentang topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kajian mendalam terhadap berbagai referensi tertulis untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif dan mendukung argumen atau hipotesis yang sedang diteliti.³⁷

B. Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menerapkan serangkaian teknik pengumpulan data yang sistematis. Langkah-langkah yang ditempuh dalam proses pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Penelusuran dan Pengumpulan Referensi Relevan, peneliti secara aktif mencari dan mengumpulkan berbagai sumber referensi yang secara langsung berkaitan dengan fokus penelitian.

³⁷ Milya Sari, Asmendri, "Penelitian Kepustakaan (Library research) dalam penelitian Pendidikan IPA," *Natural Science* 6, no. 1 (2020) : 45. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>

- 
2. Pengelompokan Buku Berdasarkan Jenis, sumber-sumber buku yang berhasil dikumpulkan kemudian diklasifikasikan menjadi dua kategori utama, yaitu sumber primer dan sumber sekunder, untuk mempermudah analisis lebih lanjut.
 3. Seleksi Data yang Relevan, dari keseluruhan data yang terkumpul, peneliti melakukan proses seleksi yang ketat untuk memilih dan mengambil hanya data yang memiliki relevansi signifikan dengan isu penelitian yang sedang dikaji.
 4. Verifikasi dan Konfirmasi Data, untuk memastikan keabsahan data yang terpilih, peneliti melakukan verifikasi silang dan konfirmasi dengan sumber-sumber lain yang kredibel. Proses ini bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan terpercaya.

Setelah data berhasil dikumpulkan, diseleksi, dan diverifikasi, langkah selanjutnya adalah interpretasi data. Tahap ini melibatkan upaya peneliti untuk memahami secara mendalam dan menafsirkan makna dari data yang telah terkumpul dan diklasifikasikan tersebut dalam konteks pertanyaan penelitian

C. Sumber Data

Karena penelitian ini menggunakan jenis penelitian Library Research, maka sangat membutuhkan beberapa literatur sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli atau pertama untuk tujuan penelitian tertentu. Data primer bersifat spesifik dan relevan dengan kebutuhan penelitian, memberikan

informasi yang lebih akurat dan terkini dibandingkan data sekunder yang berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya. Data primer yang dimaksud adalah rujukan utama yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *Kutubu al-Tis'ah* yang dapat diakses dengan al-maktabah shamilah dan jawami' al-kalim dan juga buku Fazlur Rahman.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merujuk pada sumber-sumber informasi tambahan yang berfungsi untuk memperkuat data primer. Sumber-sumber ini meliputi publikasi ilmiah seperti jurnal, karya akademis seperti skripsi, buku-buku relevan, serta artikel-artikel yang memiliki kaitan erat dengan topik pembahasan penelitian.

D. Analisis Data

Teknik analisis data adalah gambaran tentang strategi penulis dalam melakukan pengolahan data untuk menjawab pokok permasalahan yang telah diuraikan di atas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *content analysis*, yaitu metode yang mempelajari secara mendalam isi suatu informasi. *Content analysis* ini dapat digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, dan kitab. Dalam konteks penelitian ini, analisis isi dilakukan dengan pendekatan teori tematik Fazlur Rahman, yang menekankan pada pencarian tema-tema sentral dalam teks untuk memahami pesan moral dan nilai-nilai yang terkandung secara lebih sistematis dan menyeluruh.³⁸ Melalui teknik analisis isi, peneliti akan

³⁸ Tim Penyusun, *Karya Ilmiah*, 2022.

mempelajari secara mendalam isi dari hadis-hadis tentang perilaku impulsive buying dengan cara :

1. Pengumpulan hadis dalam metode tematik (*al-hadîts al-maudhû'î*) adalah langkah awal dan sangat krusial dalam proses kajian hadis tematik. Pada tahap ini, peneliti berusaha menghimpun seluruh hadis yang berkaitan dengan perilaku impulsive buying dari berbagai kitab hadis induk atau primer diantaranya *Shahîh al-Bukhâri*, *Shahîh Muslim*, *Sunan Abî Dâwud*, *Sunan al-Tirmidzî*, *Sunan al-Nasâ'î*, *Sunan Ibnu Mâjah*, *Musnad Ahmad*
2. Evaluasi sanad dan matan merupakan tahap penting dalam kajian hadis tematik, yang bertujuan untuk memastikan keabsahan dan kekuatan hadis-hadis yang telah dikumpulkan. Dalam proses ini, peneliti tidak hanya mengumpulkan hadis berdasarkan tema, tetapi juga harus menyelidiki apakah hadis tersebut dapat dipercaya dari segi perawi dan isi pesannya.
 - a. Evaluasi sanad berarti menelusuri rantai periwayatan hadis, dari Nabi Muhammad hingga perawi terakhir yang mencatatnya dalam kitab hadis. Para perawi harus memiliki reputasi baik, dikenal jujur ('ādil), dan memiliki daya ingat yang kuat (ḍābit).
 - b. Evaluasi matan berfokus pada isi hadis itu sendiri. Peneliti memeriksa apakah makna yang terkandung dalam hadis sesuai dengan ajaran al-Qur'an, tidak bertentangan dengan hadis lain yang lebih kuat, serta tidak mengandung kejanggalan secara akal sehat atau fakta ilmiah. Hadis yang baik adalah hadis yang isi pesannya dapat dipahami secara

logis, memberi nilai-nilai moral atau petunjuk kehidupan, serta tidak mengandung kontradiksi dengan prinsip-prinsip Islam yang mapan.

3. Analisis historis, yaitu langkah untuk memahami makna asli teks (Al-Qur'an atau Hadis) dalam konteks sejarah dan sosial masyarakat saat teks itu muncul, agar bisa ditarik nilai moral universalnya untuk diterapkan pada zaman sekarang.
4. Kontekstualisasi, yaitu memahami hadis dalam konteks waktu dan situasi ketika hadis tersebut disampaikan, sehingga makna dan pesan hadis tidak terlepas dari realitas sosial-historis pada masa itu.
5. Integrasi dengan prinsip islam, yaitu menyatukan makna hadis-hadis tersebut dengan ajaran Islam yang lebih luas, termasuk dengan ayat-ayat Al-Qur'an atau prinsip moral dan etika yang dijunjung tinggi dalam Islam.³⁹

³⁹ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago: University of Chicago Press, 1982), hlm. 14-35

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perilaku *Impulsive Buying*

1. Definisi *Impulsive Buying*

Impulsive buying berasal dari dua kata, yaitu *impulsive* yang memiliki arti sikap seseorang ketika melakukan suatu tindakan tanpa memikirkan akibatnya dan kata *buying* yang memiliki arti membeli, pembelian, memborong. Menurut KBBI, *impulsive buying* adalah pembelian yang bersifat spontan dalam bertindak secara tiba-tiba mengikuti kemauan hati.⁴⁰ Istilah *impulsive buying* berasal dari bidang psikologi dan pemasaran. Fenomena ini pertama kali diperhatikan oleh para peneliti dan profesional di bidang pemasaran yang mempelajari perilaku konsumen.⁴¹

Dalam kajian psikologi, *impulsive buying* didefinisikan sebagai kecenderungan untuk membeli tanpa perencanaan, pertimbangan yang matang, atau evaluasi konsekuensi. Pembelian impulsif seringkali didorong oleh emosi, keinginan sesaat, atau dorongan yang kuat untuk memiliki sesuatu saat itu juga.

Dalam kajian ekonomi, *impulsive buying* dipandang sebagai pembelian yang tidak direncanakan dan terjadi secara tiba-tiba. Meskipun aspek

⁴⁰KBBI Online, "Impulsive buying", diakses pada 7 Juni 2024, dari (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>)

⁴¹Rook, D.W. Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199, (1987).
<https://doi.org/10.1086/209105>

emosional juga diakui, fokus dalam ekonomi cenderung pada perilaku konsumen yang menyimpang dari model pengambilan keputusan rasional.

Secara keseluruhan, baik psikologi maupun ekonomi mengakui *impulsive buying* sebagai fenomena pembelian yang tidak direncanakan. Namun, psikologi lebih menekankan pada aspek kognitif dan emosional yang mendasari perilaku tersebut, sementara ekonomi cenderung melihatnya dari sudut pandang rasionalitas pengambilan keputusan. Kedua perspektif ini saling melengkapi dalam memahami fenomena kompleks *impulsive buying*.

2. Karakteristik perilaku *impulsive buying*

Berdasarkan penelitian Rook dalam Engel blackwell dan Miniard, Perilaku *impulsive buying* atau pembelian impulsif memiliki beberapa karakteristik yang khas. Berikut adalah beberapa ciri utama dari perilaku ini:⁴²

- a. Spontanitas, adalah salah satu ciri utama dalam perilaku *impulsive buying*, di mana keputusan untuk melakukan pembelian atau pengeluaran secara mendadak, tanpa adanya perencanaan atau pertimbangan yang matang sebelumnya. Keputusan ini biasanya diambil secara seketika setelah seseorang melihat suatu barang atau situasi tertentu yang menarik perhatiannya.
- b. Dorongan emosional, pembelian atau pengeluaran yang sering kali didorong oleh emosi. Emosi tersebut bisa berupa perasaan positif

⁴² Jonh C Mowen & Michael Minor, Perilaku Konsumen Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2002), 10.

seperti kegembiraan, antusiasme, atau kesenangan, tetapi juga bisa berasal dari emosi negatif seperti stres, kesedihan, atau rasa frustrasi.

- c. Pengaruh Lingkungan adalah salah satu faktor dari perilaku impulsive, suasana yang tercipta bisa mendorong seseorang untuk langsung memberikan bantuan tanpa berpikir panjang. Dengan kata lain, situasi eksternal yang mendukung, baik melalui visual, suasana, atau ajakan, dapat memicu tindakan impulsif, baik dalam bentuk konsumsi maupun pemberian. Pengaruh Sosial seperti teman, keluarga, atau bahkan pengaruh media sosial dapat mendorong perilaku impulsif.

B. Hadis-Hadis Tentang Perilaku Impulsive Buying

1) Pengumpulan Hadis

- a. Hadis tentang tergesa-gesa (HR. al-Tirmidzi no. 2012)

حَدَّثَنَا أَبُو مُصْعَبٍ الْمَدَنِيُّ قَالَ: حَدَّثَنَا عَبْدُ الْمُهِيمَنِ بْنُ عَبَّاسٍ بْنُ سَهْلٍ بْنُ سَعْدِ السَّاعِدِيِّ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «الْأَنَاءُ مِنَ اللَّهِ وَالْعَجَلَةُ مِنَ الشَّيْطَانِ»: هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ. وَقَدْ تَكَلَّمَ بَعْضُ أَهْلِ الْعِلْمِ فِي عَبْدِ الْمُهِيمَنِ بْنِ عَبَّاسٍ بْنِ سَهْلٍ وَضَعْفَهُ مِنْ قَبْلِ حِفْظِهِ. وَالْأَشْجُ اسْمُهُ الْمُنْدَرُ بْنُ عَائِدٍ⁴³

Artinya : Telah menceritakan kepada kami Abu Mush'ab al-Madani, ia berkata: telah menceritakan kepada kami Abdul Muhaymin bin Abbas bin Sahl bin Sa'ad as-Sa'idi, dari ayahnya, dari kakeknya, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Kelembutan itu berasal dari Allah, dan ketergesa-gesaan itu berasal dari setan. Ini adalah hadits gharib. Sebagian ulama telah membicarakan (mengkritisi) Abdul Muhaymin bin Abbas bin Sahl, dan menilai dia

⁴³ Muhammad bin 'Isa bin Sauroh bin Musa bin al-Dlohak al-Tirmidzi, *al-Jami' al-Shahih Sunan al-Tirmidzi*, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Gorbi al-Islami, 1998 M), hal

lemah dari sisi hafalan. Adapun al-Asyaji, namanya adalah al-Mundzir bin 'A'id.

- b. Hadis tentang pengaruh hawa nafsu. (*al-Arba'īn an-Nawawīyyah* no.41)

عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: «لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يَكُونَ هَوَاهُ تَبَعًا لِمَا جِئْتُ بِهِ» حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ رُوِيَ فِي كِتَابِ الْحُجَّةِ بِإِسْنَادٍ صَحِيحٍ

Artinya: Dari Abu Muhammad Abdullah bin 'Amr bin Al-'Ash Radhiyallahu 'Anhum berkata, Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam bersabda, "Tidaklah sempurna iman di antara kalian sampai dia menjadikan hawa nafsunya mengikuti kebenaran yang aku bawa." (Hadits hasan sahih, yang kami riwayatkan dalam kitab Al-Hujjah dengan sanad shahih).

- c. Hadis tentang menyia-nyiakan harta. (HR. Muslim no.1715)

حَدَّثَنِي زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ، حَدَّثَنَا جَرِيرٌ، عَنْ سُهَيْلٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "إِنَّ اللَّهَ يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ ثَلَاثًا، فَيَرْضَى لَكُمْ: أَنْ تَعْبُدُوهُ، وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ: قِيلَ وَقَالَ، وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ، وَإِضَاعَةُ الْمَالِ"⁴⁴

Artinya: Telah menceritakan kepadaku Zuhair bin Harb, telah menceritakan kepada kami Jarir, dari Suhail, dari ayahnya, dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah meridhai untuk kalian tiga hal dan membenci tiga hal. Allah meridhai untuk kalian: agar kalian menyembah-Nya, Dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun, dan agar kalian berpegang teguh pada tali Allah semuanya dan tidak berpecah-belah. Dan Allah membenci untuk kalian: perkataan yang sia-sia: 'katanya dan katanya', banyak bertanya dan menyia-nyiakan harta."

⁴⁴ Muslim Bin Al-Hajaj Abu Al Hasan Al Qusyairi Al Naisaburi, Shohih Muslim(Beirut : Dar Ihya' Al-Turashi Al-A'rabi, 261),hal 1340

2) Evaluasi sanad dan matan

Evaluasi sanad adalah penilaian terhadap keaslian rantai perawi hadis, memastikan perawi terpercaya dan sambung tanpa putus. Evaluasi matan adalah pemeriksaan isi hadis, agar tidak bertentangan dengan Al-Qur'an, hadis lain, dan prinsip Islam. Keduanya penting untuk memastikan hadis sahih dan bisa dijadikan pedoman. Fazlur Rahman menekankan pentingnya pemahaman hadis tidak hanya dari aspek sanad (rantai periwayatan) secara tekstual, tetapi juga dari makna (matan) dan konteksnya.

a. HR. al-Tirmidzi no.2012

حَدَّثَنَا أَبُو مُصْعَبٍ الْمَدَنِيُّ⁴⁵ → حَدَّثَنَا عَبْدُ الْمُهِيمَنِ بْنُ عَبَّاسٍ بْنُ سَهْلٍ بْنُ سَعْدٍ السَّاعِدِيِّ⁴⁶ → عَنْ أَبِيهِ (عَبَّاسُ بْنُ سَهْلٍ)⁴⁷ → عَنْ جَدِّهِ (سَهْلُ بْنُ سَعْدٍ السَّاعِدِيِّ)⁴⁸ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «الْأَنَاةُ مِنَ اللَّهِ وَالْعَجَلَةُ مِنَ الشَّيْطَانِ»: هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ. وَقَدْ تَكَلَّمَ بَعْضُ أَهْلِ الْعِلْمِ فِي عَبْدِ الْمُهِيمَنِ بْنِ عَبَّاسِ بْنِ سَهْلٍ وَضَعْفُهُ مِنْ قَبْلِ حِفْظِهِ. وَالْأَشَجُّ اسْمُهُ الْمُنْذِرُ بْنُ عَائِذٍ⁴⁹

Penjelasan:

At-Tirmizī menyatakan bahwa hadis ini adalah *gharīb* (). Namun, menurut penjelasan Mirak, dalam sebagian naskah disebutkan bahwa hadis ini berderajat *hasan gharīb*. Hadis ini diriwayatkan melalui jalur perawi bernama 'Abd al-Muhaymin bin 'Abbās, yang dalam beberapa ulasan ahli hadis diperdebatkan

⁴⁵ Disebutkan dalam kitab at-Taqrīb: Ia adalah seorang faqih (ahli fikih) yang terpercaya (ṣadūq), namun dicela oleh Abū Khaythamah karena berfatwa dengan ra'yu (pendapat pribadi).

⁴⁶ Al-daruquthni: Laysa bil-qawiiyyi, wa marratan: ḍa'īf.

⁴⁷ Qāla fī at-Taqrīb: Thiqah

⁴⁸ Qāla fī at-Taqrīb: Ṣaḥābiyyun mashhūr.

⁴⁹ Muhammad bin 'Isa bin Sauroh bin Musa bin al-Dlohak al-Tirmidzi, *al-Jami' al-Shahih Sunan al-Tirmidzi*, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Gorbi al-Islami, 1998 M), hal

dari segi kekuatan hafalannya. Para pakar ilmu rijāl mencatat bahwa meskipun ia dikenal sebagai orang yang ‘adl (adil) dan tsiqah (terpercaya), tetapi sebagian ulama menilai hafalannya lemah. Kendati demikian, kelemahan tersebut dianggap tidak terlalu parah sehingga hadis ini masih dapat diterima dalam derajat tertentu.

Selain diriwayatkan oleh at-Tirmizī, hadis serupa juga diriwayatkan oleh al-Baihaqī dalam *Syu‘ab al-Īmān* dari jalur sahabat Anas bin Mālik secara marfū‘.⁵⁰

- b. Hadis tentang pengaruh hawa nafsu. (*al-Arba‘īn an-Nawawīyyah* no.41)

عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: «لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يَكُونَ هَوَاهُ تَبَعًا لِمَا جِئْتُ بِهِ» حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ رَوَيْنَاهُ فِي كِتَابِ الْحُجَّةِ بِإِسْنَادٍ صَحِيحٍ.

Penjelasan:

Hadis ini diriwayatkan dari sahabat *Abdullah bin Amr bin al-‘Ash* raḍiyallāhu ‘anhumā. Imam al-Nawawi mencantumkan hadis ini dalam *al-Arba‘īn al-Nawawīyyah* sebagai hadis ke-41, dan menyatakan bahwa hadis ini diriwayatkan dalam *Kitab al-Hujjah* dengan sanad yang sahih (*bi isnād ṣaḥīḥ*). Meski tidak ditemukan dalam kitab-kitab hadis utama seperti Shahih Bukhari dan Shahih Muslim, namun beberapa ulama seperti Imam al-

⁵⁰ ‘Ali bin (Sulṭān) Muḥammad al-Harawī al-Qārī, *Mirqāt al-Mafātīḥ Syarḥ Misykāt al-Maṣābīḥ*, cet. I, (Beirut: Dār al-Fikr, 1422 H/2002 M), juz 9. hal 3163

Nawawi dan Ibn Rajab al-Hanbali menganggap hadis ini memiliki kekuatan sanad yang dapat diterima.

Dalam penilaian para ulama hadis, hadis ini dikategorikan sebagai *hasan ṣaḥīḥ*, yang berarti memiliki sanad yang baik dan sahih menurut kriteria sebagian ulama. Tidak ditemukan perawi yang dinilai cacat atau bermasalah dalam riwayat yang disebutkan oleh Imam Nawawi. Dengan demikian, hadis ini dapat diterima sebagai hujjah, terutama karena isi dan maknanya diperkuat oleh ayat Al-Qur'an serta hadis-hadis lain yang senada.

Sementara itu, dari sisi matan, kandungannya tidak mengandung kejanggalan, bahkan sejalan dengan Al-Qur'an dan prinsip iman dalam Islam. Oleh karena itu, hadis ini dapat dijadikan hujjah dalam pembahasan mengenai pentingnya menundukkan hawa nafsu kepada ajaran Nabi Muhammad sebagai indikator keimanan yang sejati.

c. HR. Muslim no.1715

زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ⁵¹ → جَرِيرٌ⁵² → سُهَيْلٌ⁵³ → أَبِيهِ⁵⁴ → أَبُو هُرَيْرَةَ⁵⁵
 قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "إِنَّ اللَّهَ يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ
 ثَلَاثًا، فَيَرْضَى لَكُمْ: أَنْ تَعْبُدُوهُ، وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ

⁵¹ Qāla fī at-Taqrīb: Tsiqah thabt

⁵² Tsiqah, ṣaḥīḥ al-kitāb, Di akhir hidupnya ia mulai salah dalam hafalannya. Dan disebutkan dalam *Hady as-Sārī*: ash-Shādhūkī meriwayatkan darinya sesuatu yang menunjukkan adanya tadlīs

⁵³ Qāla fī at-Taqrīb: Ṣadūq, n amun hafalannya berubah (menurun) di akhir hayatnya. Al-Bukhārī meriwayatkan darinya secara *maqrūn* (digabung dengan perawi lain) dan *ta'liq* (tanpa sanad lengkap)."

⁵⁴ Qāla fī at-Taqrīb: Tsiqah ṭabt

⁵⁵ Qāla fī at-Taqrīb: Ṣaḥābī jalīl, ḥāfiẓ mashhūr

جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ: قِيلَ وَقَالَ، وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ، وَإِضَاعَةُ الْمَالِ
 56 "

Penjelasan :

Semua perawi dalam sanad ini adalah perawi yang berpredikat tsiqah menurut para ulama hadis. Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Muslim dalam *Shahih Muslim* (no. 1715), yang menjadikan kualitas sanadnya shahih li dzātih (sahih dengan sendirinya, tanpa penguat). Dapat disimpulkan bahwa dari segi sanad, hadis ini memiliki derajat yang sangat kuat dan dapat dijadikan hujjah dalam penetapan hukum maupun nilai etis dalam Islam.

Makna hadis ini mencakup prinsip-prinsip dasar dalam agama Islam, yaitu akidah (tauhid), ukhuwah (persatuan), dan akhlak sosial.

3) Syarḥ Hadis (Penjelasan Hadis)

Syarḥ Hadis (Penjelasan Hadis) adalah proses menjelaskan makna, konteks, dan kandungan suatu hadis agar lebih mudah dipahami. Ini meliputi penafsiran kata-kata, menjelaskan latar belakang hadis, serta menguraikan pesan atau ajaran yang terkandung di dalamnya agar sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pembaca atau masyarakat.

⁵⁶ Muslim Bin Al-Hajaj Abu Al Hasan Al Qusyairi Al Naisaburi, *Shohih Muslim*(Beirut : Dar Ihya' Al-Turashi Al-A'rabi, 261),hal 1340

a. Hadis tentang tergesa-gesa

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «الْأَثَاةُ مِنَ اللَّهِ وَالْعَجَلَةُ مِنَ الشَّيْطَانِ»: هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ. وَقَدْ تَكَلَّمَ بَعْضُ أَهْلِ الْعِلْمِ فِي عَبْدِ الْمُهِمِّنِ بْنِ عَبَّاسِ بْنِ سَهْلٍ وَضَعَفَهُ مِنْ قَبْلِ حِفْظِهِ. وَالْأَشْجُ اسْمُهُ الْمُنْذِرُ بْنُ عَائِدٍ.⁵⁷

Ibn al-Qayyim berkata “*ketergesa-gesaan berasal dari setan karena ia merupakan bentuk ketergopohan, kecerobohan, dan sikap emosional pada diri seseorang yang menghalanginya dari bersikap tenang, bijak, dan sabar*”.

Ketergesa-gesaan menyebabkan seseorang menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, menimbulkan keburukan, dan menghalangi datangnya kebaikan. Ia merupakan sikap yang lahir dari dua sifat tercela, yaitu tafriṭ (melalaikan/meremehkan) dan isti'jāl (bertindak sebelum waktunya). Al-Harālī berkata: Ketergesa-gesaan adalah melakukan sesuatu sebelum waktunya yang paling tepat untuk dilaksanakan.⁵⁸

Imam Abdul Rauf al-Munawi, seorang ulama besar dalam ilmu hadis, juga menjelaskan makna hadits ini dalam kitabnya

Faidh al-Qadir Syarh al-Jami' al-Saghir. Beliau berkata bahwa

*setanlah yang mendorong manusia bersikap tergesa-gesa melalui bisikan-bisikannya. Sikap tergesa-gesa membuat seseorang tidak sempat berpikir matang, tidak meneliti kebenaran, dan tidak mempertimbangkan akibatnya. Akibatnya, bisa menjerumuskan ke dalam kesalahan dan penyesalan.*⁵⁹

⁵⁷ Muhammad bin 'Isa bin Sauroh bin Musa bin al-Dlōhak al-Tirmidzi, *al-Jami' al-Shahih Sunan al-Tirmidzi*, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Gorbi al-Islami, 1998 M

⁵⁸ Ibn al-Qayyim, *al-Fawā'id*, ed. 'Alī Ḥasan 'Abd al-Ḥamīd (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1993), hlm. 145.

⁵⁹ Abdul Rauf al-Munawi, *Faidh al-Qadir Syarh al-Jami' al-Saghir*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, t.t.), juz 1, hlm. 510.

Al-Muraqqasy, seorang penyair Arab terdahulu, pernah menasihati: *"Wahai dua sahabatku, bersabarlah dan jangan tergesa-gesa. Karena keberhasilan tergantung pada ketenangan."* Begitu juga sahabat Amr bin al-‘Ash pernah berkata: *"Seseorang yang tergesa-gesa sering kali akan memetik buah penyesalan."*⁶⁰

Namun, tidak semua sikap tergesa-gesa itu buruk. Yang tercela adalah ketergesaan dalam hal dunia, tanpa pertimbangan yang matang, atau ketika tidak ada kebutuhan mendesak. Tergesa-gesa seperti itu biasanya berasal dari dorongan hawa nafsu atau bisikan setan. Dikisahkan bahwa seseorang berkata kepada Abu al-‘Aina, seorang ulama dan penyair terkenal:

"Jangan tergesa-gesa, karena tergesa-gesa itu dari setan." Ia menjawab: *"Kalau memang begitu, mengapa Nabi Musa berkata kepada Allah: 'Aku bersegera kepada-Mu, ya Tuhanku, agar Engkau ridha?' (QS. Thaha: 84)"*

Kesimpulannya adalah tergesa-gesa dalam hal kebaikan yang jelas dan ibadah kepada Allah tidak tercela. Bahkan Allah memuji orang-orang yang cepat dalam kebaikan, sebagaimana firman-Nya: *"Sesungguhnya mereka itu berlomba-lomba dalam kebaikan."* (QS. Al-Anbiya: 90)⁶¹

⁶⁰ Abu al-‘Ala Muhammad ‘Abd al-Rahman bin ‘Abd al-Rahim al-Mubarakfuri (w. 1353 H). *Tuhfat al-Ahwadzi bi Syarh Jami' al-Tirmidzi.*, (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah), juz 10, hal 129

⁶¹ Al-Qur'an Surah Al-Anbiya' ayat 90. Lihat tafsir lengkapnya di Quran.com: <https://quran.com/id/para-nabi/90>.

b. Hadis tentang pengaruh hawa nafsu.

⁶² قَالَ رَسُولُ اللَّهِ «لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يَكُونَ هَوَاهُ تَبَعًا لِمَا جِئْتُ بِهِ»

Dari kalimat hadis tersebut dapat dipahami bahwa pemilihan kata “*hawāhu tabi‘an*” (hawanya mengikuti), dan bukan “*huwa tābi‘*” (dia mengikuti), mengandung makna penekanan dan *mubālaghah*, yaitu untuk menunjukkan tingkat kesesuaian dan ketundukan yang sangat sempurna antara kecenderungan jiwa dengan ajaran yang dibawa oleh Rasulullah. Hal ini menunjukkan bahwa hawa nafsu yang sebelumnya menjadi sesembahan manusia, sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah Ta‘ālā:

"Apakah engkau telah melihat orang yang menjadikan hawa nafsunya sebagai tuhan?" (QS. Al-Jātsiyah: 23),

Serta yang dijadikan pusat ketergantungan dan perbudakan, sebagaimana dalam sabda Rasulullah: *"Celakalah hamba dinar, hamba dirham, dan hamba khamīṣah"*, ketika hawa nafsu tersebut telah ditundukkan dan diarahkan untuk mengikuti syariat, maka hal itu adalah bentuk penghambaan dan kepatuhan tertinggi yang menunjukkan kesempurnaan iman seseorang.

Penjelasan ini juga sejalan dengan pandangan yang disampaikan oleh Syaikh at-Tūrbasyī bahwa hadis tersebut lebih tepat ditakwilkan sebagai penafian terhadap kesempurnaan iman, bukan penafian terhadap asal iman. Sebab, jiwa manusia pada dasarnya diciptakan dengan kecenderungan alami untuk mengikuti

⁶² Al-Nawawī, *Al-Arba‘īn al-Nawawīyyah*, hadis no. 1, dalam Muhammad Fu‘ad ‘Abd al-Baqi (ed.), *Al-Arba‘īn al-Nawawīyyah*, (Beirut: Dar al-Fikr), hlm. 55.

syahwat dan kenikmatan jasmani. Oleh karena itu, untuk mengendalikan kecenderungan tersebut dibutuhkan kekuatan jiwa yang luar biasa untuk menaklukkannya serta iman yang kokoh agar jiwa tetap berada dalam jalur syariat. Kondisi iman yang demikian tinggi hanya bisa dicapai oleh mereka yang mendapatkan taufik dan penjagaan dari Allah.⁶³

Sebagaimana disebut dalam sebuah syair Arab:

"Kezaliman adalah tabiat dasar manusia. Maka jika engkau mendapati seseorang menjaga kesucian dirinya, bisa jadi ia tidak berbuat zalim hanya karena adanya penghalang tertentu."

Ungkapan ini menunjukkan bahwa jika tidak ada kekuatan iman dan kendali yang kuat terhadap hawa nafsu, jiwa manusia akan cenderung menyimpang dari jalan yang lurus.⁶⁴

c. Hadis tentang menyia-nyiakan harta

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "إِنَّ اللَّهَ يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ ثَلَاثًا، فَيَرْضَى لَكُمْ: أَنْ تَعْبُدُوهُ، وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ: قِيلَ وَقَالَ، وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ، وَإِضَاعَةُ الْمَالِ"⁶⁵

Kalimat “وكره لكم قيل وقال” memiliki arti bahwa Allah

membenci kalian banyak bicara yang tidak bermanfaat, baik berupa

⁶³ al-Ṭibī, Sharaf al-Dīn al-Ḥusayn ibn ‘Abd Allāh. *Sharḥ al-Ṭibī ‘alā Mishkāṭ al-Maṣābīḥ al-Musammā bi al-Kāshif ‘an Ḥaqā’iq al-Sunan*. Tahqīq: ‘Abd al-Ḥamīd Hindāwī. Ṭab‘ah 1. Maktabat Nizār Muṣṭafā al-Bāz, Makkah al-Mukarramah – al-Riyāḍ, 1417 H / 1997 M, jil.2, hlm 367

⁶⁴ al-Ṭibī, Sharaf al-Dīn al-Ḥusayn ibn ‘Abd Allāh. *Sharḥ al-Ṭibī ‘alā Mishkāṭ al-Maṣābīḥ al-Musammā bi al-Kāshif ‘an Ḥaqā’iq al-Sunan*. Tahqīq: ‘Abd al-Ḥamīd Hindāwī. Ṭab‘ah 1. Maktabat Nizār Muṣṭafā al-Bāz, Makkah al-Mukarramah – al-Riyāḍ, 1417 H / 1997 M, jil.2, hlm 367.

⁶⁵ Muslim Bin Al-Hajaj Abu Al Hasan Al Qusyairi Al Naisaburi, Shohih Muslim(Beirut : Dar Ihya’ Al-Turashi Al-A’rabi, 261),hal 1340

perkataan yang benar-benar terjadi maupun hanya dugaan. Nabi bersabda: *"Hati-hatilah kalian dari berburuk sangka, karena buruk sangka adalah sejelek-jeleknya ucapan."* Termasuk di dalamnya adalah gosip dan adu domba, di mana seseorang menyampaikan ucapan dari satu majelis ke majelis lain dengan tujuan merusak hubungan.

Dan kalimat *“وَكثرة السؤال”* artinya terlalu banyak bertanya, baik untuk hal penting maupun tidak penting, terutama kepada manusia. Ini berbeda dengan meminta kepada Allah, karena berdoa kepada Allah dianjurkan, bahkan semakin banyak memohon, Allah semakin ridha.

Sedangkan kalimat *“إِضَاعَةُ الْمَالِ”* artinya membuang-buang uang pada hal yang sia-sia atau haram, meskipun hartanya banyak. Pada hari kiamat, seseorang akan ditanya: “Dari mana kamu memperoleh harta, dan ke mana kamu membelanjakannya?” Jangan kira karena hartamu banyak maka kamu tidak akan dimintai pertanggungjawaban. Bahkan untuk yang sedikit sekalipun, kamu tetap akan ditanya. Apalagi jika digunakan dalam hal yang haram, tentu lebih berat lagi hisabnya.

Di dalam kitab *Fayḍ al-Bārī ‘alā Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* *إِضَاعَةُ الْمَالِ* ini termasuk dalam kategori sikap berlebih-lebihan (*israf*) yang sulit untuk ditentukan batasannya secara pasti. Terkadang

akal bisa menilai suatu hal sebagai bentuk penyalahgunaan atau pemborosan, namun di lain waktu tidak menilainya demikian. Maka hal ini hendaknya dikembalikan pada pendapat orang yang mengalaminya langsung (yang terlibat dalam perbuatan tersebut)⁶⁶

4) Analisis historis

Menurut Fazlur Rahman, pendekatan dalam kajian hadis harus mempertimbangkan latar belakang historis dan kondisi sosial saat hadis itu muncul, dengan tujuan untuk menangkap inti pesan moral dan nilai-nilai normatif yang dikandungnya, bukan hanya memahami teks secara harfiah.⁶⁷

a. Hadis tentang tergesa-gesa (HR. al-Tirmidzi no. 2012):

Rasulullah SAW bersabda: "Tidaklah salah seorang dari kalian beriman dengan sempurna hingga hawa nafsunya mengikuti ajaran yang aku bawa."

Hadis ini tidak memiliki asbāb al-wurūd (sebab khusus turunnya hadis) yang jelas dan rinci sebagaimana beberapa hadis lain. Namun secara kontekstual, hadis ini muncul di tengah masyarakat yang baru masuk Islam dan masih membawa tradisi serta keinginan (hawa nafsu) lama mereka. Rasulullah SAW ingin menanamkan bahwa keimanan yang hakiki tidak cukup hanya dengan ucapan syahadat, tetapi juga harus diikuti dengan

⁶⁶ *Fayḍ al-Bārī ‘alā Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Muḥammad Anwar Shāh al-Kashmīrī, taḥqīq: Muḥammad Badr ‘Ālam al-Mīrathī, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, Bayrūt, t. 1, 1426 H / 2005 M, jld. 1, hlm. 316.

⁶⁷ Setiawati, Venny, dan Davidra A. Mela. 2023. "Telaah Sunnah dan Hadis Perspektif Fazlurrahman." *Jurnal Penelitian Agama* 24 (2): 135–150

komitmen batin dan pengendalian diri. Hadis ini mendorong proses internalisasi nilai-nilai Islam dalam jiwa dan nafsu manusia.⁶⁸

- b. Hadis tentang pengaruh hawa nafsu. (Hadis al-Arbain Nawawi no.41)

Dari sisi historis, hadis ini disampaikan Nabi Muhammad pada masa ketika Islam tidak hanya menuntut kepatuhan lahiriah semata, tetapi juga berupaya membentuk pribadi-pribadi Muslim yang lurus secara batin. Pada masa itu, banyak orang yang telah mengikrarkan syahadat namun masih mempertahankan sebagian dorongan hawa nafsu dan kebiasaan jahiliyah. Karena itu, hadis ini datang untuk menegaskan bahwa iman sejati tidak hanya diukur dari aspek pengakuan formal, melainkan harus terinternalisasi dalam bentuk kecenderungan hati yang selaras dengan apa yang dibawa oleh Rasulullah.⁶⁹

Dalam sejarah pemikiran Islam, hadis ini memiliki pengaruh yang cukup luas, khususnya dalam bidang tasawuf dan etika Islam. Ulama besar seperti Imam al-Ghazali dalam *Iḥyā' 'Ulūm al-Dīn* menegaskan bahwa jihad terbesar adalah jihad melawan hawa nafsu, yang sejalan dengan pesan utama hadis ini.⁷⁰ Begitu juga para ulama dari kalangan salaf dan khalaf, seperti Ibn

⁶⁸ Ahmad Adinugraha dan Abdul Ulama'i, "Between Text and Context: Understanding Ḥadīth through Asbāb al-Wurūd," *Religions*, vol. 13, no. 2 (2022): hlm. 4–5, <https://doi.org/10.3390/rel13020140>

⁶⁹ Al-Nawawī, *al-Arba'īn al-Nawawīyyah*, taḥqīq Muḥyī al-Dīn Dībā al-Dimyātī, Dār al-Ma'rifah, Bayrūt, 1417 H, hlm. 124

⁷⁰ al-Ghazālī, Abū Ḥāmid, *Iḥyā' 'Ulūm al-Dīn*, Dār al-Ma'rifah, Bayrūt, tanpa tahun, jld. 3, hlm. 60–65.

al-Qayyim dan Ibn Taymiyyah, menempatkan kontrol terhadap hawa nafsu sebagai pilar utama dalam pembentukan moral dan keberagamaan seseorang.⁷¹

c. Hadis tentang menyia-nyiakan harta. (HR. Muslim no.1715)

Dari segi konteks sejarah, hadis ini disampaikan pada masa Madinah, yaitu saat masyarakat Muslim mulai berkembang menjadi komunitas sosial-politik yang mapan. Dalam fase ini, Rasulullah mulai banyak memberi arahan bukan hanya tentang ibadah, tetapi juga peradaban, etika sosial, dan pengelolaan sumber daya. Hadis ini termasuk dalam kategori bimbingan sosial dan moral yang bersifat membangun etos hidup yang bertanggung jawab, hemat, dan bermanfaat.⁷²

Frasa "إِضَاعَةُ الْمَالِ" (menyia-nyiakan harta) dalam hadis ini sangat relevan secara historis, karena pada masa itu, masyarakat Arab baru mulai memahami konsep kepemilikan dan distribusi ekonomi dalam tatanan Islam. Sebelum Islam, penggunaan harta kerap kali tidak terarah diinvestasikan dalam kesenangan pribadi, kemewahan, atau bahkan perjudian. Islam datang dengan konsep bahwa harta adalah amanah dari Allah yang harus digunakan dengan bijak, tidak boleh mubazir, dan harus

⁷¹ Bn Taymiyyah, *Majmū' al-Fatāwā*, Maṭba'at al-Riyāḍ, 1381 H, jld. 10, hlm. 601.

⁷² Yūsuf al-Qaraḍāwī, *Bayna al-Isrāf wa al-Taqtīr*, Maktabat Wahbah, Kairo, 1990, hlm.

dipertanggungjawabkan, sebagaimana ditegaskan dalam berbagai ayat seperti QS al-Isrā': 26–27.⁷³

Dalam sejarah, semangat dari hadis ini menjadi dasar kuat dalam hukum Islam tentang larangan israf (berlebih-lebihan) dan tabdzīr (mubazir). Para fuqaha dari berbagai mazhab menggunakan hadis ini untuk menetapkan batasan pembelanjaan yang wajar, seperti dalam pembahasan nafkah keluarga, wakaf, sedekah, hingga larangan berjudi dan boros. Dalam konteks ini, hadis tersebut tidak hanya menganjurkan hemat, tetapi juga membangun tanggung jawab moral terhadap harta sebagai sumber daya sosial yang harus dimanfaatkan secara maslahat.

5) Kontekstualisasi Hadis

Kontekstualisasi hadis menurut Fazlur Rahman adalah upaya memahami isi hadis dengan melihat makna moral dan tujuan ajarannya, lalu menyesuaikannya dengan konteks sosial dan zaman modern. Fazlur Rahman menolak pemahaman hadis yang semata-mata tekstual atau literal. Menurutnya, hadis harus dikaji dengan melihat nilai inti yang ingin disampaikan Nabi, lalu diterapkan secara kreatif dalam kehidupan saat ini, agar tetap membawa manfaat dan tidak bertentangan dengan prinsip Islam yang universal, seperti keadilan, kasih sayang, dan kemaslahatan.⁷⁴

⁷³ QS. al-Isrā': 26–27: *"Inna al-mubaddzirīna kānū ikhwana al-shayāṭīn..."* (Sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara-saudara syaitan...)

⁷⁴ M. Gufron, "Fazlur Rahman's Perspective on Hadith Critical Reposition," *Millatī: Journal of Islamic Studies and Humanities* 7, no. 1 (Juni 2022): 52–66

- a. Hadis tentang tergesa-gesa (HR. al-Tirmidzi no. 2012)

حَدَّثَنَا أَبُو مُصْعَبٍ الْمَدَنِيُّ قَالَ: حَدَّثَنَا عَبْدُ الْمُهِمِّنِ بْنُ عَبَّاسٍ بْنُ سَهْلٍ بْنُ سَعْدٍ السَّاعِدِيُّ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «الْأَنَاءُ مِنَ اللَّهِ وَالْعَجَلَةُ مِنَ الشَّيْطَانِ»

Hadis yang secara makna sangat sesuai dengan ajaran Islam. Islam sangat menganjurkan sikap sabar, tenang, penuh pertimbangan dalam mengambil keputusan, dan melarang sikap tergesa-gesa yang sering kali menyebabkan kesalahan. Jadi dari sisi isi atau matan, hadis ini tidak bermasalah bahkan bernilai positif dan mendidik secara akhlak.

Selain itu, hadis ini juga secara jelas mengecam sikap yang lebih mengutamakan hawa nafsu dan akal pikiran manusia semata, tanpa menempatkan syariat Allah Ta'ala sebagai dasar utama dalam semua urusan, terutama dalam urusan agama. Sikap semacam ini banyak dikritik dan dicela dalam Al-Qur'an maupun As-Sunnah. Beberapa ayat Al-Qur'an yang menegaskan hal tersebut antara lain:

- Dalam QS. Al-Baqarah ayat 120, Allah berfirman bahwa petunjuk yang benar hanya berasal dari-Nya. Jika seseorang memilih mengikuti kemauan manusia lain setelah mendapatkan pengetahuan yang benar, maka Allah tidak akan menjadi pelindung atau penolong bagi orang tersebut.
- QS. Al-Maidah ayat 49 menegaskan bahwa dalam memutuskan perkara, seorang Muslim harus berpegang pada apa yang

diturunkan Allah dan tidak boleh mengikuti hawa nafsu manusia. Allah juga memperingatkan agar umat tidak disesatkan oleh orang-orang yang berusaha mengalihkan dari ajaran-Nya.

- Dalam As-Sunnah, Nabi Muhammad SAW juga menyinggung hal ini melalui sabdanya yang menyatakan bahwa ada tiga hal yang dapat membawa kehancuran seseorang, yaitu: merasa kagum dengan diri sendiri, mengikuti syahwat tanpa kendali, dan menuruti hawa nafsu secara membabi buta (HR. Al Bazzar dan Kanzul ‘Ummal).

Keseluruhan dalil ini menegaskan bahwa dalam Islam, sikap yang didorong oleh hawa nafsu dan pikiran semata tanpa pedoman syariat adalah sikap yang tercela dan berbahaya. Sebaliknya, hadis yang mengajarkan agar tidak tergesa-gesa dan bersikap bijak adalah ajaran yang sangat bernilai dan mendidik secara moral.

Konteks hadis ini sangat relevan dalam menghadapi perilaku impulsif, seperti impulsive buying, yang merepresentasikan sikap terburu-buru tanpa pertimbangan matang. Rasulullah menegaskan bahwa ketenangan dan kesabaran adalah sikap yang dianugerahkan oleh Allah, yang harus dikembangkan untuk menghindari keputusan impulsif yang merugikan diri sendiri dan orang lain. Hadis ini juga mengajarkan pentingnya kesadaran

spiritual bahwa terburu-buru dan ketergesaan tidak hanya berdampak sosial dan psikologis, tetapi juga berhubungan dengan pengaruh negatif dari setan, sehingga perlu diperangi dengan sikap sabar yang dianugerahkan oleh Allah. Ini merupakan pengingat agar setiap Muslim dalam mengambil keputusan termasuk urusan ekonomi dan pembelian selalu didasari oleh pertimbangan dan pengendalian diri, bukan sekadar hawa nafsu atau dorongan sesaat.

- b. Hadis tentang pengaruh hawa nafsu. (Hadis al-Arbain Nawawi no.41)

75 قَالَ رَسُولُ اللَّهِ «لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يَكُونَ هَوَاهُ تَبَعًا لِمَا جِئْتُ بِهِ»

Maksud dari *hawa* di sini adalah kecenderungan jiwa atau kemauan diri seseorang. Ada pula yang menafsirkan bahwa maksud hadis ini adalah mencintai apa yang diperintahkan dan membenci apa yang dilarang, sehingga ia lebih mendahulukan syariat atas hawa nafsunya sendiri⁷⁶

Menurut Abdullah bin Shalih al-Muhsin pelajaran yang dapat diambil dari hadis ini adalah :

- Bahwa barang siapa yang hawa nafsunya mengikuti seluruh ajaran yang dibawa oleh Nabi, maka ia adalah seorang mukmin yang sempurna.

⁷⁵ Al-Nawawi, *Al-Arbaʿīn al-Nawawīyyah*, hadis no. 1, dalam Muhammad Fuʿad ʿAbd al-Baqi (ed.), *Al-Arbaʿīn al-Nawawīyyah*, (Beirut: Dar al-Fikr.), hlm. 55.

⁷⁶ Abū al-Ḥasan ʿUbayd Allāh ibn Muḥammad ʿAbd al-Salām al-Mubārakfūrī, *Marʿāt al-Mafāṭīḥ Sharḥ Mishkāt al-Maṣābīḥ*, cet. ke-3 (Banāras: Idārat al-Buḥūth al-ʿIlmiyyah wa al-Daʿwah wa al-Iftāʾ, al-Jāmiʿah al-Salafiyyah, 1404 H/1984 M) hal 266

- Dan barang siapa yang tidak demikian, maka ia belum benar-benar beriman. Hal ini sejalan dengan firman Allah Ta'ala: *"Maka demi Tuhanmu, mereka tidak (dikatakan) beriman hingga menjadikan engkau sebagai hakim dalam perkara yang mereka perselisihkan..."* (QS. An-Nisā': 65).
- Wajib mencintai Nabi dan mengikuti segala perintahnya serta menjauhi semua larangannya tanpa ragu dan tanpa beralasan.⁷⁷

Isi hadis ini secara teologis dan etis menunjukkan bahwa kesempurnaan iman tidak akan tercapai sampai hawa nafsu seseorang, yakni seluruh keinginan, kecenderungan, dan keputusan batiniahnya, benar-benar mengikuti apa yang dibawa oleh Rasulullah yakni wahyu dan syariat. Inilah inti dari penyelarasan antara batin dan syariat, yang dalam tradisi Islam dikenal sebagai maqam tinggi dalam keimanan.

Hadis ini juga menjadi landasan dalam disiplin ilmu tasawuf, di mana keberhasilan spiritual seseorang diukur dari sejauh mana dirinya mampu menundukkan hawa nafsu dan menjadikan seluruh hidupnya tunduk pada ajaran Rasulullah. Oleh karena itu, meskipun sanad hadis ini diperselisihkan, namun kedudukannya sangat penting dalam sejarah pembentukan karakter moral dan spiritual umat Islam, dan tetap relevan untuk dijadikan pedoman dalam membina keimanan yang utuh di setiap zaman.

c. Hadis tentang menyia-nyiakan harta

⁷⁷ Abdullah bin Shalih al-Muhsin, *Al-Arba'in an-Nawawiyyah beserta Tambahan Ibnu Rajab dan Syarah Ringkas yang Bermanfaat*, (Madinah: Universitas Islam Madinah, cet. 3, 1404 H/1984 M), jil. 1

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " إِنَّ اللَّهَ يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ ثَلَاثًا، فَيَرْضَى لَكُمْ: أَنْ تَعْبُدُوهُ، وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا، وَيَكْرَهُ لَكُمْ: قِيلَ وَقَالَ، وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ، وَإِضَاعَةُ الْمَالِ " ⁷⁸

Dalam syariat Islam, menyia-nyiakan harta (إضاعة المال) dilarang karena bertentangan dengan prinsip pengelolaan nikmat yang amanah. Yang dimaksud dengan menyia-nyiakan harta adalah menghabiskannya dalam hal-hal yang tidak bermanfaat, baik untuk urusan agama maupun dunia. Padahal, harta adalah salah satu sarana penting untuk mempertahankan kehidupan manusia, karena melalui harta seseorang memperoleh makanan, minuman, pakaian, dan kebutuhan pokok lainnya. Jika harta disia-siakan, maka hal ini dapat menimbulkan berbagai dampak buruk, seperti seseorang menjadi beban bagi orang lain karena harus meminta-minta (mengemis), yang dalam Islam sangat tidak dianjurkan, menjerumuskan diri ke dalam bahaya, seperti kelaparan atau tidak terpenuhinya kebutuhan dasar, membuka pintu kejahatan, seperti mencuri, merampas, atau melakukan bentuk kezaliman lainnya demi memenuhi kebutuhan.⁷⁹

⁷⁸ Muslim Bin Al-Hajaj Abu Al Hasan Al Qusyairi Al Naisaburi, Shohih Muslim(Beirut : Dar Ihya' Al-Turashi Al-A'rabi, 261),hal 1340

⁷⁹ Abdul Karim bin Abdullah bin Abdurrahman bin Hamad Al-Khudhair, *Syarh al-Muharrar fi al-Hadith*, syarh atas karya Ibn 'Abd al-Hadi (w. 744 H), transkrip pelajaran yang dipublikasikan di situs resmi Syaikh Al-Khudhair: <https://shkhudair.com> (diakses pada 20 Mei 2025).

Karena itu, Islam menekankan prinsip tawassuth (pertengahan) dalam mengelola harta, sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah:

Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu, dan jangan pula engkau terlalu mengulurkannya, karena engkau akan menjadi tercela dan menyesal." (QS. Al-Isra: 29) "Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak pula kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian." (QS. Al-Furqan: 67).

Contoh nyata berapa banyak orang yang pernah memiliki harta melimpah, tetapi karena pengelolaan yang buruk, ia kemudian hidup dalam kesulitan. Ia membeli barang yang tidak ia butuhkan, bahkan terkadang menggunakan hartanya untuk membeli hal yang haram, sehingga merugi dunia dan akhirat. Namun perlu dicatat, apabila seseorang banyak menginfakkan hartanya untuk tujuan terpuji seperti berinfaq di jalan Allah atau untuk menolong sesama maka itu bukan bentuk pemborosan. Dalam hal ini, para ulama berbeda pendapat tentang bolehkah seseorang menyedekahkan seluruh hartanya. Hal ini pernah dilakukan oleh Abu Bakar Ash-Shiddiq r.a., dan diperbolehkan karena beliau memiliki sumber penghasilan lain yang bisa diandalkan. Namun dalam kondisi umum, Rasulullah menetapkan batas yang bijak, yakni: *"Sepertiga (dari harta), dan sepertiga itu sudah banyak." (HR. Bukhari dan Muslim)*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mulai dari pengumpulan hadis hingga pemahaman hadis, peneliti menyimpulkan bahwa perilaku *impulsive buying* dalam kajian hadis berkaitan erat dengan konsep *al-'ajalah* (sikap tergesa-gesa), yang dinilai negatif karena mencerminkan kurangnya pertimbangan, kesabaran, dan kontrol diri. Membeli tanpa kebutuhan nyata sering kali dipicu oleh hawa nafsu dan dapat merugikan secara moral maupun materi. Hal ini juga sejalan dengan larangan dalam hadis Nabi tentang *idā'at al-māl* (menyia-nyiakan harta), yang menunjukkan bahwa belanja impulsif termasuk dalam pemborosan yang dilarang dalam Islam.

Namun demikian, Islam tidak melarang sikap tergesa-gesa jika dilakukan dalam kebaikan, seperti segera bertaubat, bersedekah, atau menunaikan amal salih. Dalam konteks pengeluaran harta, perbedaan juga perlu dibuat antara pemborosan dan infak di jalan Allah. Jika harta dibelanjakan untuk tujuan mulia, maka hal itu tidak dianggap sebagai pemborosan. Sebagai contoh, Abu Bakar Ash-Shiddiq r.a. pernah menyedekahkan seluruh hartanya, dan hal itu dibolehkan karena ia masih memiliki sumber penghidupan lain. Sementara itu, Rasulullah saw. memberikan panduan umum dengan menyatakan: "*Sepertiga (dari harta), dan sepertiga itu sudah banyak.*" (HR. Bukhari dan

Muslim), yang menunjukkan pentingnya keseimbangan antara kedermawanan dan tanggung jawab dalam mengelola harta.

Jadi, Islam membolehkan sikap tergesa-gesa jika ditujukan untuk kebaikan, seperti bersedekah atau beramal saleh. Penggunaan harta untuk tujuan mulia bukanlah pemborosan, selama dilakukan dengan pertimbangan yang bijak, sebagaimana diajarkan oleh Rasulullah saw. melalui batasan proporsional dalam bersedekah.

Jika ditinjau dari tipe-tipe perilaku impulsive buying terdapat sejumlah hadis yang relevan dan sejalan dengan perilaku tersebut, di antaranya adalah:

1) *Pure Impulse Buying* (perilaku impulsive buying murni)

Tipe impulsive buying yang paling mendasar, di mana seseorang melakukan pembelian atau pemberian karena dorongan spontan tanpa alasan yang jelas. Misalnya, membeli permen di kasir saat menunggu untuk membayar belanjaan atau memberi memberi sesuatu kepada orang lain hanya karena dorongan hati, bukan karena kebutuhan atau pertimbangan.⁸⁰ Hal ini sesuai dengan hadis tentang kemurahan hati tanpa berpikir panjang. (HR. al-Bukhari no. 6009)

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ، حَدَّثَنِي مَالِكٌ، عَنْ سُمَيٍّ، مَوْلَى أَبِي بَكْرٍ، عَنْ أَبِي صَالِحٍ السَّمَّانِ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: " بَيْنَمَا رَجُلٌ يَمْشِي بِطَرِيقٍ، اشْتَدَّ عَلَيْهِ الْعَطَشُ، فَوَجَدَ بئْرًا فَنَزَلَ فِيهَا، فَشَرِبَ ثُمَّ خَرَجَ، فَإِذَا كَلْبٌ

⁸⁰ Dewi Anggraini, "Perilaku Impulsive Buying Konsumen pada Produk Fashion di Era Digital," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 45-46

يَلْهَثُ، يَأْكُلُ الثَّرَى مِنَ الْعَطَشِ، فَقَالَ الرَّجُلُ: لَقَدْ بَلَغَ هَذَا الْكَلْبَ مِنَ الْعَطَشِ مِثْلُ الَّذِي كَانَ بَلَغَ بِي، فَتَزَلَّ الْبِئْرَ فَمَلَأَ خِفَّهُ ثُمَّ أَمْسَكَهُ بِيَدِهِ، فَسَقَى الْكَلْبَ فَشَكَرَ اللَّهُ لَهُ فَغَفَرَ لَهُ " قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، وَإِنَّ لَنَا فِي الْبَهَائِمِ أَجْرًا؟ فَقَالَ: «نَعَمْ، فِي كُلِّ ذَاتِ كَبِدٍ رَطْبَةٍ أَجْرٌ»⁸¹

Artinya: Dari Abu Hurairah r.a., ia berkata: Rasulullah bersabda: "Ketika seorang laki-laki sedang berjalan di suatu jalan, ia merasakan sangat kehausan. Lalu ia menemukan sebuah sumur, ia pun turun ke dalamnya, minum, kemudian keluar. Tiba-tiba ia melihat seekor anjing yang menjulurkan lidah dan menjilat-jilat tanah karena kehausan. Maka laki-laki itu berkata: 'Anjing ini telah merasakan kehausan seperti yang aku rasakan.' Ia pun turun kembali ke sumur, mengisi sepatunya dengan air, menggigit sepatunya dengan mulutnya, lalu memberi minum anjing itu. Maka Allah pun berterima kasih kepadanya dan mengampuni dosanya." Para sahabat bertanya: "Wahai Rasulullah, apakah kami juga mendapatkan pahala dalam (berbuat baik kepada) hewan?" Beliau menjawab: "Ya, pada setiap makhluk hidup yang bernyawa ada pahala."

Tindakan memberi secara spontan dalam hal ini kepada seekor anjing yang tidak direncanakan, didorong oleh empati dan kebaikan hati, diapresiasi Allah dan mendapat pahala besar. Ini sejalan dengan *pure impulsive giving* yang bermakna positif.

2) Reminder impulsive buying (perilaku impulsive karena pengingat)

Pengeluaran spontan karena pengingat adalah sebuah tindakan di mana seseorang mengeluarkan harta secara tiba-tiba, baik dalam bentuk pembelian untuk diri sendiri maupun pemberian kepada orang lain, sebagai respons terhadap suatu pemicu atau pengingat. Dalam konteks kehidupan modern, pengingat itu bisa berupa notifikasi dari

⁸¹ HR. Bukhari no. 1734 dan Muslim no. 2242. Lihat Muhammad Nasiruddin al-Albani, *Silsilah al-Ahadith as-Sahihah*, no. 2780, dan Imam Nawawi, *Al-Minhaj Syarh Sahih Muslim*, Beirut: Dar al-Fikr, 1997, jilid 7, hlm. 354–355.

aplikasi belanja, iklan di media sosial, email promosi, atau bahkan situasi sosial seperti melihat seseorang yang sedang membutuhkan bantuan.⁸² Peneliti menemukan hadis yang memiliki relevansi dengan reminder impulsive buying, yaitu hadis yang diriwayatkan oleh Imam Muslim no.10

حَدَّثَنَا شَيْبَانُ بْنُ فَرُّوخَ، حَدَّثَنَا هَمَّامٌ، حَدَّثَنَا إِسْحَاقُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ أَبِي طَلْحَةَ، حَدَّثَنِي عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ أَبِي عَمْرَةَ، أَنَّ أَبَا هُرَيْرَةَ حَدَّثَهُ، أَنَّهُ سَمِعَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ: "إِنَّ ثَلَاثَةً فِي بَنِي إِسْرَائِيلَ: أَبْرَصَ، وَأَقْرَعَ، وَأَعْمَى، فَأَرَادَ اللَّهُ أَنْ يَتَّيْلَهُمْ، فَبَعَثَ إِلَيْهِمْ مَلَكًا، فَأَتَى الْأَبْرَصَ، فَقَالَ: أَيُّ شَيْءٍ أَحَبُّ إِلَيْكَ؟ قَالَ: لَوْ نُحَسِّنَ، وَجِلْدٌ حَسَنٌ، وَيَذْهَبُ عَنِّي الَّذِي قَدْ قَذَرَنِي النَّاسُ، قَالَ: فَمَسَحَهُ فَذَهَبَ عَنْهُ قَذَرُهُ، وَأُعْطِيَ لَوْنًا حَسَنًا وَجِلْدًا حَسَنًا، قَالَ: فَأَيُّ الْمَالِ أَحَبُّ إِلَيْكَ؟ قَالَ: الْإِبِلُ - أَوْ قَالَ الْبَقَرُ، شَكَّ إِسْحَاقُ - إِلَّا أَنْ الْأَبْرَصَ، أَوْ الْأَقْرَعَ، قَالَ أَحَدُهُمَا: الْإِبِلُ، وَقَالَ الْآخَرُ: الْبَقَرُ، قَالَ: فَأُعْطِيَ ثَاقَةً عَشْرَاءَ، فَقَالَ: بَارَكَ اللَّهُ لَكَ فِيهَا، قَالَ: فَأَتَى الْأَقْرَعَ، فَقَالَ: أَيُّ شَيْءٍ أَحَبُّ إِلَيْكَ؟ قَالَ: شَعْرٌ حَسَنٌ وَيَذْهَبُ عَنِّي هَذَا الَّذِي قَدْ قَذَرَنِي النَّاسُ، قَالَ: فَمَسَحَهُ فَذَهَبَ عَنْهُ، وَأُعْطِيَ شَعْرًا حَسَنًا، قَالَ: فَأَيُّ الْمَالِ أَحَبُّ إِلَيْكَ؟ قَالَ: الْبَقَرُ، فَأُعْطِيَ بَقْرَةً حَامِلًا، فَقَالَ: بَارَكَ اللَّهُ لَكَ فِيهَا، قَالَ: فَأَتَى الْأَعْمَى، فَقَالَ: أَيُّ شَيْءٍ أَحَبُّ إِلَيْكَ؟ قَالَ: أَنْ يَرُدَّ اللَّهُ إِلَيَّ بَصَرِي، فَأُبْصِرَ بِهِ النَّاسَ، قَالَ: فَمَسَحَهُ فَردَّ اللَّهُ إِلَيْهِ بَصَرَهُ، قَالَ: فَأَيُّ الْمَالِ أَحَبُّ إِلَيْكَ؟ قَالَ: الْعَنَمُ، فَأُعْطِيَ شَاةً وَالِدًا، فَأَنْتَجَ هَذَانِ وَوَلَدَ هَذَا، قَالَ: فَكَانَ لِهَذَا وَادٍ مِنَ الْإِبِلِ، وَلِهَذَا وَادٍ مِنَ الْبَقَرِ، وَلِهَذَا وَادٍ مِنَ الْعَنَمِ، قَالَ: ثُمَّ إِنَّهُ أَتَى الْأَبْرَصَ فِي صُورَتِهِ وَهَيْئَتِهِ، فَقَالَ: رَجُلٌ مُسْكِينٌ، قَدْ انْقَطَعَتْ بِي الْجِبَالُ فِي سَفَرِي، فَلَا بَلَاغَ لِي الْيَوْمَ إِلَّا بِاللَّهِ ثُمَّ بَكَ، أَسْأَلُكَ بِالَّذِي أَعْطَاكَ اللَّوْنَ الْحَسَنَ، وَالْجِلْدَ الْحَسَنَ، وَالْمَالَ بَعِيرًا، أَتَبْلُغُ عَلَيْهِ فِي سَفَرِي، فَقَالَ: الْحَقُّوْكَ كَثِيرَةً، فَقَالَ لَهُ: كَأَنِّي أَعْرِفُكَ، أَلَمْ تَكُنْ أَبْرَصَ يَقْدِرُكَ النَّاسُ؟ فَقِيرًا فَأَعْطَاكَ اللَّهُ؟ فَقَالَ: إِنَّمَا وَرِثْتُ هَذَا الْمَالَ

⁸² Zsasa Novinda and Emma Yunika Puspasari, 'Tipe Perilaku Impulsive Buying, Etnografi Para Digital Natives', *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 10.1 (2023), pp. 42–55, doi:10.31289/jkbn.v10i1.10157.

كَابِرًا عَنْ كَابِرٍ، فَقَالَ: إِنَّ كُنْتَ كَاذِبًا، فَصَيَّرَكَ اللَّهُ إِلَى مَا كُنْتَ، قَالَ: وَأَتَى
 الْأَفْرَعَ فِي صُورَتِهِ، فَقَالَ لَهُ مِثْلَ مَا قَالَ لِهَذَا، وَرَدَّ عَلَيْهِ مِثْلَ مَا رَدَّ عَلَى هَذَا، فَقَالَ:
 إِنَّ كُنْتَ كَاذِبًا فَصَيَّرَكَ اللَّهُ إِلَى مَا كُنْتَ، قَالَ: وَأَتَى الْأَعْمَى فِي صُورَتِهِ وَهَيْئَتِهِ،
 فَقَالَ: رَجُلٌ مَسْكِينٌ وَأَبْنُ سَبِيلٍ، انْقَطَعَتْ بَيْنَ الْجِبَالِ فِي سَفَرِي، فَلَا بَلَاغَ لِي الْيَوْمَ
 إِلَّا بِاللَّهِ، ثُمَّ بَكَ، أَسْأَلُكَ بِالَّذِي رَدَّ عَلَيْكَ بَصْرَكَ، شَاءَ أَتَبْلُغَ بِهَا فِي سَفَرِي، فَقَالَ:
 قَدْ كُنْتُ أَعْمَى فَرَدَّ اللَّهُ إِلَيَّ بَصْرِي، فَخُذْ مَا شِئْتَ، وَدَعْ مَا شِئْتَ، فَوَاللَّهِ لَا
 أَجْهَدُكَ الْيَوْمَ شَيْئًا أَخَذْتَهُ لِلَّهِ، فَقَالَ: أَمْسِكْ مَالَكَ، فَإِنَّمَا ابْتَلَيْتُمُ، فَقَدْ رَضِيَ عَنْكَ
 وَسُخِّطَ عَلَى صَاحِبَيْكَ⁸³

Artinya: Rasulullah bersabda: "Tiga orang dari Bani Israil: seorang yang berpenyakit kusta, seorang botak, dan seorang buta. Allah hendak menguji mereka, lalu Dia mengutus malaikat kepada mereka. Malaikat itu mendatangi si penderita kusta dan bertanya: 'Apa yang paling kamu inginkan?' Ia menjawab: 'Kulit yang bagus, warna yang baik, dan hilangnya penyakit yang membuat orang merasa jijik terhadapku.' Maka malaikat menyentuhnya, dan hilanglah penyakitnya. Ia diberi kulit yang bagus dan warna yang indah. Kemudian malaikat bertanya: 'Harta apa yang paling kamu sukai?' Ia menjawab: 'Unta.' Maka ia diberi seekor unta betina bunting. Malaikat itu mendoakannya: 'Semoga Allah memberkahimu dengannya.' Lalu malaikat mendatangi si botak dan bertanya: 'Apa yang paling kamu sukai?' Ia menjawab: 'Rambut yang indah, dan hilangnya apa yang membuat orang merasa jijik terhadapku.' Maka malaikat menyentuhnya, dan hilanglah kebotakannya serta diberi rambut yang indah. Malaikat bertanya lagi: 'Harta apa yang paling kamu sukai?' Ia menjawab: 'Sapi.' Maka ia diberi seekor sapi betina bunting. Malaikat mendoakannya: 'Semoga Allah memberkahimu dengannya.' Kemudian malaikat mendatangi si buta dan bertanya: 'Apa yang paling kamu inginkan?' Ia menjawab: 'Semoga Allah mengembalikan penglihatanku agar aku bisa melihat orang-orang.' Maka malaikat menyentuhnya, dan Allah mengembalikan penglihatannya. Malaikat bertanya: 'Harta apa yang paling kamu sukai?' Ia menjawab: 'Kambing.' Maka ia diberi seekor kambing betina yang sedang menyusui. Lalu berkembang biaklah hewan-hewan itu: si penderita kusta memiliki lembah penuh unta, si botak memiliki lembah penuh sapi, dan si buta memiliki lembah penuh kambing. Kemudian

⁸³ Muslim Bin Al-Hajaj Abu Al Hasan Al Qusyairi Al Naisaburi, Shohih Muslim(Beirut : Dar Ihya' Al-Turashi Al-A'rabi, 261),hal 2275

Allah mengutus malaikat dalam rupa dan bentuk asalnya (yakni seperti sebelum mereka diberi nikmat) untuk menguji mereka kembali. Malaikat mendatangi si penderita kusta dan berkata: 'Aku seorang miskin dan musafir yang kehabisan bekal dalam perjalananku. Aku mohon kepadamu demi Dzat yang telah memberimu kulit yang indah, warna yang bagus, dan harta, seekor unta saja agar aku dapat melanjutkan perjalananku.' Si penderita kusta menjawab: 'Banyak hak-hak (yang harus kutunaikan).' Malaikat berkata: 'Seolah-olah aku mengenalmu. Bukankah dulu kamu berpenyakit kusta, orang-orang merasa jijik kepadamu, kamu miskin lalu Allah memberimu (kekayaan)?' Ia menjawab: 'Aku hanya mewarisi kekayaan ini dari nenek moyangku secara turun-temurun.' Malaikat pun berkata: 'Jika kamu berdusta, semoga Allah mengembalikanmu seperti semula.' Kemudian malaikat mendatangi si botak dan berkata kepadanya hal yang sama. Si botak pun menjawab dengan jawaban seperti yang pertama. Maka malaikat berkata: 'Jika kamu berdusta, semoga Allah mengembalikanmu seperti semula.' Lalu malaikat mendatangi si buta dalam rupa dan keadaannya semula dan berkata: 'Aku seorang miskin dan musafir, kehabisan bekal dalam perjalananku. Aku mohon kepadamu demi Dzat yang mengembalikan penglihatanmu, seekor kambing agar aku bisa melanjutkan perjalananku.' Si buta menjawab: 'Aku dulu buta dan Allah telah mengembalikan penglihatanku. Maka ambillah apa yang kamu mau dan tinggalkan apa yang kamu mau. Demi Allah, aku tidak akan menyusahkanmu hari ini atas sesuatu yang kamu ambil karena Allah.' Malaikat berkata: 'Peganglah hartamu, kalian semua sedang diuji. Sungguh, Allah telah meridhai kamu, dan murka terhadap kedua temanmu.' (HR. Imam Muslim no.10)

Dalam kisah ini, si buta (yang telah disembuhkan oleh Allah dan diberi kekayaan) didatangi oleh seorang pengemis dalam wujud dirinya dahulu, yang meminta seekor kambing untuk bekal perjalanan. Dengan rendah hati, ia berkata: *"Aku dulu buta, lalu Allah mengembalikan penglihatanku. Maka ambillah apa yang engkau mau dan tinggalkan apa yang engkau mau. Demi Allah, aku tidak akan menghalangimu atas apa pun yang engkau ambil karena Allah."* Sikap ini mencerminkan bentuk "impulsif" yang sangat positif, yakni

memberi secara spontan karena mengingat nikmat Allah, bukan karena pencitraan atau tekanan sosial. Ia langsung memberi dengan ikhlas tanpa perhitungan, karena sadar bahwa semua hartanya adalah titipan dari Allah.

3) *Suggestion Impulse Buying* (perilaku impulsive karena dorongan).

Ini terjadi ketika konsumen melakukan pembelian karena suatu produk menarik perhatian mereka dan mereka merasa produk tersebut mungkin berguna atau bermanfaat. Misalnya, melihat produk baru dengan fitur yang menarik dan memutuskan untuk mencobanya.⁸⁴ Hal ini sesuai dengan hadis Utsman bin Affan yang menggali sumur, di mana beliau melakukan tindakan yang bermanfaat dan berkelanjutan untuk masyarakat tanpa pamrih, menunjukkan pentingnya inisiatif dan kesadaran akan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu tindakan atau produk. Sebagaimana Utsman berusaha menyediakan air bersih untuk kepentingan umum, konsumen juga didorong untuk memilih produk yang memiliki nilai positif dan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pembelian yang didasarkan pada pertimbangan manfaat dan kebaikan tidak hanya memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga dapat memberikan dampak sosial yang luas.

وَقَالَ عَبْدَانُ: أَخْبَرَنِي أَبِي، عَنْ شُعْبَةَ، عَنْ أَبِي إِسْحَاقَ، عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ، أَنَّ عُثْمَانَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ حِينَ حُوصِرَ أَشْرَفَ عَلَيْهِمْ، وَقَالَ: أَتَشُدُّكُمْ اللَّهُ، وَلَا أَتَشُدُّ إِلَّا أَصْحَابَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَلَسْتُمْ تَعْلَمُونَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ

⁸⁴ Rizki Amalia, "Pengaruh Inovasi Produk terhadap Perilaku Pembelian Konsumen," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 11, no. 1 (2023): 72–73

وَسَلَّمَ قَالَ: «مَنْ حَفَرَ رُومَةَ فَلَهُ الْجَنَّةُ؟ فَحَفَرْتُهَا، أَلَسْتُمْ تَعْلَمُونَ أَنَّهُ قَالَ: «مَنْ جَهَّزَ جَيْشَ الْعُسْرَةِ فَلَهُ الْجَنَّةُ؟ فَجَهَّزْتُهُمْ، قَالَ: فَصَدَّقُوهُ بِمَا قَالَ وَقَالَ عُمَرُ فِي وَفْقِهِ: «لَا جُنَاحَ عَلَى مَنْ وَلِيَهُ أَنْ يَأْكُلَ وَقَدْ يَلِيهِ الْوَاقِفُ وَغَيْرُهُ فَهُوَ وَاسِعٌ لِكُلِّ»

Artinya: Abdan berkata: Telah menceritakan kepadaku ayahku, dari Syu'bah, dari Abu Ishaq, dari Abu 'Abd al-Rahman, bahwa ketika 'Utsmān r.a. dikepung, ia naik ke atas dan berkata kepada orang-orang: "Aku memohon kepada kalian demi Allah – dan aku hanya meminta kepada para sahabat Nabi bukankah kalian tahu bahwa Rasulullah bersabda: 'Barangsiapa yang menggali sumur Rūmah, maka baginya surga?' Lalu aku yang menggali sumur itu. Bukankah kalian tahu bahwa beliau bersabda: 'Barangsiapa yang mempersiapkan pasukan Tabuk (jaisy al-'usrah), maka baginya surga?' Lalu akulah yang mempersiapkannya." Maka mereka membenarkan apa yang dikatakannya. Dan Umar berkata dalam pernyataan wakafnya: "Tidak mengapa bagi orang yang mengurus (harta wakaf) untuk memakan darinya. Dan bisa jadi yang mengelola itu adalah pewakaf atau orang lain, maka hal itu terbuka untuk siapa pun."

Hadis tersebut menceritakan bahwa sahabat Utsmān r.a. dengan cepat dan tanpa ragu menggali sumur dan mempersiapkan pasukan dalam situasi genting karena dorongan dari Rasulullah SAW.

4) *Planned Impulse Buying* (perilaku impulsive karena terencana)

Meskipun terdengar bertentangan, tipe ini menggambarkan pembelian impulsif yang tetap memiliki unsur perencanaan. Seseorang mungkin sudah berniat untuk membeli sesuatu sebagai bentuk penghargaan diri atau hadiah untuk orang lain, namun belum menentukan produk spesifik apa yang akan dipilih. Contohnya, seseorang pergi ke toko buku dengan niat mencari bacaan yang

⁸⁵ Riwayat Abu Ishaq dari Abu Abdurrahman tentang Utsman radhiyallahu 'anhu saat pengepungan beliau, sebagaimana tercantum dalam *Musnad Ahmad* jilid 3, hadis no. 1783 dan dikomentari dalam *Syarh Sahih Muslim* oleh Imam Nawawi, Beirut: Dar al-Fikr, 1997, hlm. 102–104. Lihat juga kajian Yusuf al-Qaradawi dalam *Fiqh al-Sirah*, hlm. 157–159.

menarik untuk meningkatkan wawasan, atau ke toko oleh-oleh dengan niat membeli sesuatu untuk keluarga di rumah, meskipun belum tahu secara pasti barang apa yang akan dibeli. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah tentang saling memberi hadiah

أَخْبَرَنِي أَحْمَدُ بْنُ شُعَيْبٍ قَالَ: أَبُؤُ أَحْمَدُ بْنُ الْفَضْلِ بْنِ سَهْلٍ قَالَ: حَدَّثَنَا أَبُو الْحُسَيْنِ مُحَمَّدُ بْنُ بُكَيْرٍ الْحَضْرَمِيُّ قَالَ: حَدَّثَنَا ضِمَامُ بْنُ إِسْمَاعِيلَ، عَنْ مُوسَى بْنِ وَرْدَانَ الْمِصْرِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «تَهَادُّوا تَحَابُّوا»⁸⁶

Artinya: Telah mengabarkan kepadaku Ahmad bin Syu'aib, berkata: memberi tau Ahmad bin al-Fadli bin Sahl, berkata: Telah menceritakan kepada kami Abu al-Husain Muhammad bin Bukyr al-Hadhramiy, berkata: telah menceritakan kepada kami Dhimam bin Ismail, dari Musa bin Wardan al-Mishry dari Abi Hurairah dari Nabi SAW, bersabda : Salinglah memberi hadiah, niscaya kalian akan saling mencintai

Hadis ini mengajarkan pentingnya saling memberi hadiah sebagai sarana mempererat hubungan kasih sayang dan persaudaraan antar sesama. Dengan memberi hadiah, orang-orang akan saling mencintai dan memperkuat ikatan sosial di antara mereka. Hadis ini menunjukkan bahwa tindakan sederhana seperti bertukar hadiah bisa menjadi cara efektif untuk menumbuhkan rasa sayang dan keharmonisan dalam masyarakat.

Jika seseorang merencanakan untuk membeli sesuatu sebagai hadiah tanpa menentukan apa barangnya, ini masuk dalam kategori *planned impulse buying* yang bernilai positif

C. Relevansi Hadis Terhadap Perilaku Impulsive Buying di Era Digital

⁸⁶ Abū Bisyr Muḥammad ibn Aḥmad ibn Ḥammād ibn Sa'īd ibn Muslim al-Anṣārī ad-Dūlābī ar-Rāzī. Al-Kunā wa al-Asmā'. Juz 3 (Bayrūt: Dār Ibn Ḥazm, 1421 H). hal 466

Relevansi dalam KBBI berarti hubungan, kaitan, atau kesesuaian dengan sesuatu yang sedang dibahas. Sementara relevansi hadis adalah keterkaitan atau kesesuaian hadis dengan konteks kehidupan manusia masa kini, baik dalam aspek akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah (hubungan sosial).⁸⁷

Di era digital saat ini, perilaku impulsive buying atau pembelian impulsive semakin marak terjadi dan menjadi bagian dari konsumsi masyarakat modern. Hal ini didorong oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses belanja online melalui aplikasi e-commerce, strategi pemasaran digital yang bersifat personal seperti *retargeted ads*⁸⁸, serta fenomena *flash sale*⁸⁹, dan diskon terbatas yang menciptakan ilusi urgensi dan rasa takut ketinggalan (*fear of missing out*)⁹⁰. Media sosial turut membentuk gaya hidup konsumtif, mendorong seseorang membeli bukan karena kebutuhan, melainkan demi gengsi atau tren.

Jika ditinjau dari perspektif hadis, perilaku impulsif dalam berbelanja memiliki keterkaitan erat dengan dua larangan penting, yaitu *al-‘ajalah* (العجلة) yang berarti tergesa-gesa dalam bertindak, dan *idā‘at al-māl* (إضاعة المال) yang berarti menyaia-nyiakan harta. Sikap tergesa-gesa dalam mengambil keputusan belanja mencerminkan lemahnya

⁸⁷ Relevansi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah hubungan, kaitan, atau kesesuaian dengan sesuatu yang sedang dibahas. Lihat: *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> (diakses 9 Juni 2025)

⁸⁸ Strategi periklanan digital di mana iklan ditampilkan secara khusus kepada orang-orang yang sebelumnya telah mengunjungi situs web atau berinteraksi dengan produk tertentu, tetapi belum melakukan pembelian atau tindakan yang diinginkan

⁸⁹ Strategi pemasaran di mana suatu produk atau layanan ditawarkan dengan diskon besar dalam waktu yang sangat terbatas

⁹⁰ Rasa takut tertinggal atau kehilangan sesuatu yang sedang tren atau dialami orang lain.

pertimbangan rasional dan dominasi hawa nafsu, yang dalam pandangan Islam dianggap sebagai cerminan ketidakseimbangan spiritual. Sementara itu, membeli barang hanya karena dorongan visual dari iklan atau pengaruh emosional dari media sosial, tanpa ada kebutuhan yang nyata, dapat dikategorikan sebagai bentuk penyalahgunaan harta.

Namun, era digital juga memberikan dampak positif, di mana informasi menyebar dengan sangat cepat dan banyak keputusan diambil secara instan. Orang dapat secara spontan membagikan informasi yang bermanfaat, membantu sesama melalui donasi online, atau membuat konten yang menyebarkan semangat dan inspirasi. Teknologi digital memungkinkan tindakan-tindakan kecil yang dilakukan secara cepat dan tanpa banyak perhitungan ini memiliki dampak yang luas dan menjangkau banyak orang.⁹¹

Fenomena ini memiliki kemiripan dengan kisah dalam hadis yang menceritakan tentang sahabat Utsman bin Affan. Dalam hadis tersebut, Utsman dengan spontan menyatakan bahwa ia telah menggali sumur Raumah dan membiayai pasukan Muslim, yang kemudian mendapat pengakuan dan persetujuan dari para sahabat lainnya. Tindakan ini menunjukkan bahwa Utsman melakukan sebuah perbuatan besar dengan cepat, tanpa ragu dan atas dorongan iman yang kuat, untuk membantu umat Islam pada saat mereka sangat membutuhkan.

⁹¹ Eryc Eryc, *Analisa Peran Social Media Dalam Mengembangkan Altruisme Netizen Instagram*, Jurnal Widya, Vol.3 No.2 (2022): analisis menunjukkan bahwa “media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan kampanye gerakan saling peduli dan memberi” secara signifikan

Kisah ini menggambarkan bentuk impulsivitas yang positif, yaitu tindakan spontan yang lahir dari kepedulian yang mendalam dan semangat untuk memberikan kontribusi nyata bagi kebaikan bersama. Seperti halnya di era digital, di mana orang dapat dengan cepat melakukan kebaikan yang berdampak luas, tindakan Utsman juga merupakan contoh nyata bagaimana impulsifitas yang diarahkan pada kebaikan dapat menjadi amalan mulia dalam Islam.

bahwa ketika 'Utsmān r.a. dikepung, ia naik ke atas dan berkata kepada orang-orang: "Aku memohon kepada kalian demi Allah – dan aku hanya meminta kepada para sahabat Nabi bukankah kalian tahu bahwa Rasulullah bersabda: 'Barangsiapa yang menggali sumur Rūmah, maka baginya surga?' Lalu aku yang menggali sumur itu. Bukankah kalian tahu bahwa beliau bersabda: 'Barangsiapa yang mempersiapkan pasukan Tabuk (jaisy al-'usrah), maka baginya surga?' Lalu akulah yang mempersiapkannya." Maka mereka membenarkan apa yang dikatakannya. Dan Umar berkata dalam pernyataan wakafnya: "Tidak mengapa bagi orang yang mengurus (harta wakaf) untuk memakan darinya. Dan bisa jadi yang mengelola itu adalah pewakaf atau orang lain, maka hal itu terbuka untuk siapa pun."

Contoh nyata dari impulsif positif saat ini ini dapat dilihat dalam sosok Willie Salim, seorang kreator konten asal Indonesia yang dikenal karena aksi-aksi sosialnya yang dilakukan secara spontan. Dalam video-videonya di media sosial, ia sering membantu orang-orang yang membutuhkan secara tiba-tiba, seperti membeli semua dagangan seorang pedagang kaki lima, memberikan hadiah besar kepada orang yang ia temui di jalan, atau membagikan uang tunai kepada warga yang kesulitan. Meskipun tampak seperti tindakan dadakan, aksi-aksi tersebut memberikan dampak emosional dan sosial yang besar. Penonton tidak

hanya terhibur, tetapi juga terinspirasi untuk berbuat kebaikan di lingkungan mereka sendiri.

Ketika dikaitkan dengan era digital dan figur seperti Willie Salim, terdapat kemiripan nilai. Meskipun konteksnya berbeda Utsman hidup di masa kenabian dan Willie di masa media sosial keduanya menunjukkan bahwa tindakan yang dilakukan secara spontan bisa menjadi bernilai besar bila dilakukan dengan niat yang ikhlas dan untuk kemaslahatan orang banyak. Willie, misalnya, secara tiba-tiba membantu pedagang kecil atau memberikan hadiah kepada orang yang membutuhkan, tanpa perencanaan panjang, namun menghasilkan dampak yang luas, apalagi karena disiarkan lewat media digital yang bisa menginspirasi jutaan orang.

Dari sini kita melihat bahwa semangat kebaikan yang dilakukan secara impulsif tapi tulus seperti yang dicontohkan Utsman dalam hadis dan dicontohkan kembali oleh tokoh-tokoh modern seperti Willie Salim adalah manifestasi amal saleh yang relevan lintas zaman. Media digital hanya menjadi wadah baru yang mempercepat dan memperluas efek dari amal itu. Maka, hadis ini memperkuat nilai bahwa impulsif positif, jika disertai niat ikhlas dan tindakan nyata, adalah amalan yang bisa menjadi jalan menuju surga, sebagaimana yang dijanjikan oleh Rasulullah SAW.

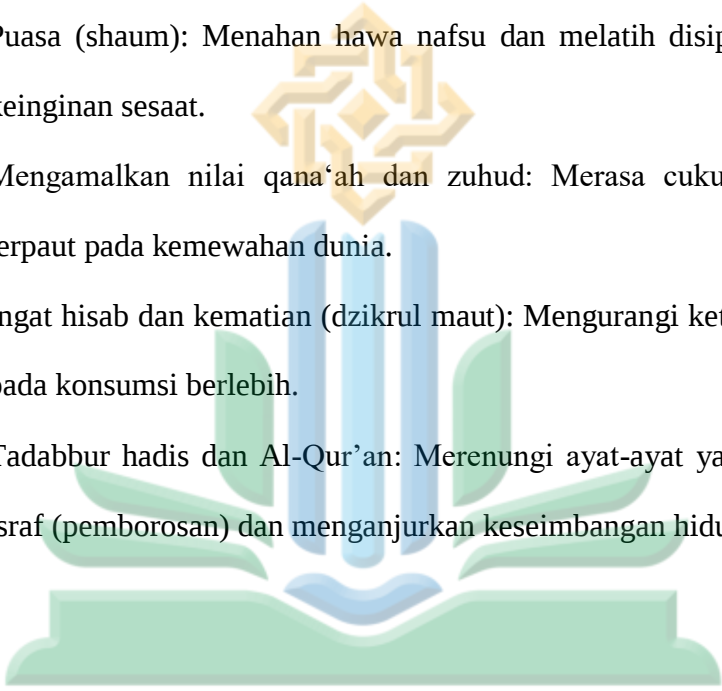
D. Terapi Islam Atas Perilaku Impulsive Buying

Terapi dari perilaku impulsive buying adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk mengendalikan atau mengurangi kecenderungan membeli secara impulsif, melalui pendekatan psikologis, sosial, dan spiritual, agar individu mampu membuat keputusan konsumsi secara rasional, terencana, dan bertanggung jawab.

1. Pendekatan Psikologis, bertujuan mengatasi faktor-faktor internal (emosi, stres, kontrol diri) yang memicu perilaku impulsif. Bentuk terapinya:
 - a. Cognitive Behavioral Therapy (CBT): Membantu mengubah pola pikir irasional dan kebiasaan belanja otomatis.
 - b. Mindfulness Therapy: Melatih kesadaran penuh saat berbelanja agar individu tidak terbawa emosi sesaat.
 - c. Self-Monitoring: Mencatat pengeluaran harian untuk menyadarkan pola konsumsi.
 - d. Delay Tactic: Menunda pembelian selama 24 jam agar ada waktu berpikir ulang.⁹²
2. Pendekatan Sosial, bertujuan membentuk lingkungan dan pola relasi yang mendukung perilaku konsumsi yang sehat. Bentuk terapinya:
 - a. Edukasi Konsumen: Melalui kampanye bijak belanja, literasi keuangan, atau seminar pengelolaan uang.
 - b. Dukungan Sosial: Melibatkan keluarga atau teman untuk memantau dan memberi masukan terhadap kebiasaan belanja.
 - c. Manajemen Media Sosial: Mengurangi paparan terhadap iklan konsumtif dan influencer yang mendorong impulsive buying.⁹³
3. Pendekatan Spiritual (Islam), bertujuan memperkuat kontrol diri melalui nilai-nilai agama dan kesadaran akhirat. Bentuk terapinya:
 - a. Zikir dan Muhasabah: Meningkatkan kesadaran diri atas penggunaan harta.

⁹² Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). "An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying." *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622–639

⁹³ Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.

- 
- b. Puasa (shaum): Menahan hawa nafsu dan melatih disiplin terhadap keinginan sesaat.
 - c. Mengamalkan nilai qana'ah dan zuhud: Merasa cukup dan tidak terpaut pada kemewahan dunia.
 - d. Ingat hisab dan kematian (dzikrul maut): Mengurangi keterikatan hati pada konsumsi berlebih.
 - e. Tadabbur hadis dan Al-Qur'an: Merenungi ayat-ayat yang melarang israf (pemborosan) dan menganjurkan keseimbangan hidup.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V PENUTUP

Setelah hasil analisis penelitian diperoleh, berikut disajikan penjabaran kesimpulan terkait pemahaman terhadap makna dan konsep perilaku impulsive buying menurut perspektif hadis, serta relevansinya di era digital saat ini. Selain itu, peneliti juga menyampaikan beberapa saran dan rekomendasi sebagai bentuk kontribusi untuk penyempurnaan penelitian di masa mendatang.

A. Kesimpulan

Menurut KBBI, *impulsive buying* adalah pembelian yang bersifat spontan dalam bertindak secara tiba-tiba mengikuti kemauan hati. Istilah *impulsive buying* berasal dari bidang psikologi dan pemasaran. Perilaku ini membentuk standar gaya hidup konsumtif, di mana seseorang terdorong untuk membeli barang bukan karena kebutuhan, melainkan demi gengsi, citra diri, atau sekadar mengikuti tren yang sedang viral. Akibatnya, keputusan konsumsi seringkali dilakukan secara emosional, tanpa pertimbangan rasional atau nilai manfaat yang jelas.

Pengumpulan hadis-hadis yang relevan dengan istilah perilaku *impulsive buying* ditemukan di beberapa kitab hadis, yaitu diantaranya : HR. al-Tirmidzi no. 2417, HR. Abi Daud no.1678), HR. Sunan al-Nasa'i no. 7245), HR. al-Bukhari. no 2748), HR. an-Nasāi no. 6738, HR. Imam Ahmad bin Hanbal no. 6708), HR. Muslim, no. 118.

Setelah dilakukan penelitian secara seksama berkaitan dengan tema di atas, maka di dapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Makna perilaku pembelian *impulsive buying* dalam perspektif hadis dapat dipahami sebagai suatu tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam yang diajarkan dalam hadis-hadis Nabi Muhammad SAW. Dalam hadis, perilaku *impulsive buying* berkaitan dengan konsep al-‘ajalah (tergesa-gesa) yang pada umumnya dinilai negatif karena mencerminkan kurangnya kontrol diri dan pertimbangan, serta berpotensi menimbulkan pemborosan harta yang dilarang dalam Islam. Namun, sikap tergesa-gesa yang diarahkan pada kebaikan, seperti bertaubat, bersedekah, atau beramal shalih, diperbolehkan dan bahkan dianjurkan. Islam menegaskan pentingnya keseimbangan dalam pengelolaan harta dengan membedakan antara pemborosan dan infak di jalan Allah. Oleh karena itu, penggunaan harta untuk tujuan mulia tidak dianggap pemborosan jika dilakukan dengan pertimbangan bijak dan sesuai batasan yang diajarkan Rasulullah saw.
2. Relevansi hadis terhadap perilaku *impulsive buying* di era digital sangat signifikan, karena hadis memberikan pedoman moral dan spiritual dalam mengendalikan nafsu serta mengatur konsumsi secara bijak. Sebagaimana yang dicontohkan oleh Utsman bin Affan r.a. pada masa Rasulullah SAW, tindakan spontan yang didasari keikhlasan dan empati dapat menjadi amal yang bernilai tinggi. Di era digital, semangat ini tercermin dalam aksi-aksi sosial spontan yang dilakukan oleh figur publik seperti Willie Salim. Meskipun konteksnya berbeda, keduanya menunjukkan bahwa tindakan mendadak yang lahir dari ketulusan hati dapat memberikan manfaat besar bagi banyak orang. Maka, hadis Nabi tentang ganjaran bagi orang yang berkontribusi

dengan ikhlas menegaskan bahwa perilaku impulsif yang diarahkan untuk kebaikan merupakan amalan terpuji yang relevan sepanjang zaman.

3. Terapi impulsive buying bertujuan untuk mengendalikan dorongan belanja tidak terencana melalui pendekatan psikologis, sosial, dan spiritual. Pendekatan psikologis fokus pada pengendalian emosi dan kesadaran diri, pendekatan sosial membentuk lingkungan yang mendukung perilaku konsumsi sehat, sementara pendekatan spiritual Islam memperkuat kontrol diri melalui nilai ibadah, kesederhanaan, dan kesadaran akhirat. Ketiganya saling melengkapi untuk membentuk perilaku konsumsi yang rasional, terencana, dan bertanggung jawab.

B. Saran

Setidaknya, terdapat sejumlah aspek penting yang sebaiknya diperhatikan dan dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti berikutnya yang berkaitan dengan *perilaku* impulsif buying dalam perspektif hadis, yaitu:

1. Penelitian ini berkontribusi dalam mengkaji perilaku impulsive buying dari perspektif hadis, serta menawarkan terapi spiritual Islam sebagai solusi atas perilaku konsumtif di era digital. Kajian ini juga memperkaya literatur hadis tematik dalam konteks sosial modern. Namun, penelitian ini masih terbatas pada kajian teoritis dan belum dilengkapi dengan data lapangan atau pendekatan interdisipliner. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan studi ini dengan pendekatan empiris dan analisis yang lebih mendalam.

2. Kajian hadis tentang isu-isu masa kini sebaiknya terus ditingkatkan, karena tantangan yang dihadapi umat Islam akan selalu berubah seiring perkembangan zaman dan munculnya istilah-istilah baru. Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca dapat terbantu dalam menghindari dan melindungi diri dari kebiasaan impulsive buying, dengan merujuk pada ajaran hadis Nabi Muhammad saw.



DAFTAR PUSTAKA

B. Al-Qur'an

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

C. Al-Hadis

Abu Dawud, Sulaiman bin al-Asy'ats. *Sunan Abi Dawud*. Beirut: Dar al-Fikr, 1992.

Ahmad bin Hanbal. *Musnad Ahmad bin Hanbal*. Beirut: Muassasah al-Risalah, 2001.

Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail. *Shahih al-Bukhari*. Beirut: Dar Ibn Katsir, 2001.

Al-Daraquthni, Ali bin Umar. *Sunan al-Daraquthni*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004.

Al-Darimi, Abdullah bin Abdul Rahman. *Sunan al-Darimi*. Beirut: Dar al-Mughni, 2000.

Al-Nasa'i, Ahmad bin Syu'aib. *Sunan al-Nasa'i*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1995.

Al-Tirmidzi, Muhammad bin Isa. *Sunan al-Tirmidzi*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1998.

Ibn Majah, Muhammad bin Yazid. *Sunan Ibn Majah*. Beirut: Dar al-Fikr, 2000.

Muslim bin al-Hajjaj. *Shahih Muslim*. Beirut: Dar Ihya' al-Turats al-'Arabi, 1995.

D. Buku dan Kitab

Ahmad bin Hanbal. *Musnad Ahmad bin Hanbal*. Syarah dan tahqiq oleh Ahmad Muhammad Shakir. Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1995.

Al-'Azhim Abadi, Shams al-Haq. *'Awn al-Ma'bud Syarh Sunan Abi Dawud*. Beirut: Dar al-Fikr, 1994.

Al-Mubarakfuri, Abu al-'Ala. *Tuhfah al-Ahwadzi bi Syarh Jami' al-Tirmidzi*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1990.

- Al-Nawawi, Yahya bin Syaraf. *Al-Minhaj Syarh Shahih Muslim bin al-Hajjaj*. Beirut: Dar Ihya' al-Turats al-'Arabi. Diakses melalui Maktabah Syamilah.
- Al-Shawkani, Muhammad bin 'Ali. *Nail al-Awthar Syarh Muntaqa al-Akhbar*. Beirut: Dar al-Jil, 1992.
- Al-Sindi, Muhammad bin 'Abd al-Hadi. *Hasyiyah al-Sindi 'ala Sunan al-Tirmidzi*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2000.
- Al-Suyuthi, Jalaluddin & al-Sakhawi. *Sharh Sunan al-Nasa'i*. Beirut: Dar al-Ma'rifah, tanpa tahun.
- Ibnu Hajar al-'Asqalani. *Fath al-Bari bi Syarh Shahih al-Bukhari*. Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1379 H. Diakses melalui Maktabah Syamilah.
- Mudin, Miski. *Metodologi Penelitian Hadis Tematik*. Malang: CV. Maknawi, 2023.
- Rahman, Fazlur. *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*. Terjemahan oleh Ahsin Muhammad. Bandung: Pustaka, 1985.
- Sibawaihi. *Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman*. Yogyakarta: Jalasutra, 2007
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember, 2023
- Utami, Christina Widya Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Jakarta : Salemba Empat, 2010.

E. Skripsi dan Jurnal

- Anin, Anastasia F, Rusamin, and Nuryati Atamimi, 'Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja', *Jurnal Psikologi*, 35.2 (2008), pp. 181–93
- Amalia, Rizki. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 11(1), 70–80
- Arifianti, R. & Gunawan, W. (2020). *Perilaku Impulse Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi*. E-Bis Politeknik Kebumen, 5(1).
- Dr. Abdul Karim, M.A Abdullah Hanapi, M.Hum Waffada Arief Najiyya, M.A., *Tafsir Hadis Tematik : Kajian Tema Aqidah Akhlak*, 2022
- Esaunggul (2022). *Pengaruh Kontrol Diri terhadap Impulsive Buying pada Mahasiswi Pengguna e-Commerce Shopee*. Jurnal Psikologi JCA, 3(1), 68–80
- Fahriansah et al. (2023). *Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior*

- among Generation Z in Indonesia*. SHARE: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 12(2), 386–421
- Gani, Alcianno G, 'Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya', *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 2.2 (2014), doi:10.35968/jsi.v2i2.49
- Harahap, Dedy Ansari & Dita Amanah. (2022). *Memahami Impulsif Buying dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Performa, 19(1), 1–15
- Komala, Cucu, 'Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali', *Jurnal Perspektif*, 2.2 (2019), p. 248, doi:10.15575/jp.v2i2.31
- Maryati, Wiwik; Hartini, Sri; Premananto, Gancar Candra. (2020). *The Role of Religiosity and Spirituality on Impulsive Buying*. al-Uqud: Jurnal Ekonomi Islam, 5(1), 119–150
- Novinda, Zsasa, and Emma Yunika Puspasari, 'Tipe Perilaku Impulsive Buying, Etnografi Para Digital Natives', *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 10.1 (2023), pp. 42–55, doi:10.31289/jkbn.v10i1.10157
- Penyusun, Tim, *Karya Ilmiah*, 2022
- Pradana, Mahir, 'Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada Ukm', *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27.1 (2015), p. 174
- Rahmah, Nur, and Munadi Idris, 'Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 1.2 (2018), pp. 88–98, doi:10.5281/zenodo.1440372
- Renita, Intan, and Budi Astuti, 'Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Dan Shopping Enjoyment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta', *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01.8.5.2017 (2022), pp. 109–20
- Untar (2024). *Perilaku Impulsive Buying sebagai Respon terhadap Promo Flash Sale dan Retargeted Ads*. Jurnal Manajemen dan Inovasi Ekonomi Bisnis, n.p
- Umar, Muhammad, and Ibnu Malik, 'Metodologi Pemikiran Fazlur Rahman Dalam Memahami Hadits: Menjembatani Konteks Historis Dan Relevansinya Di Era Kontemporer', 04.01 (2025), pp. 26–43, doi:10.38073/batuthah.v4i1.2453
- Ushuluddin, Fakultas, D A N Humaniora, Universitas Islam, and Negeri Walisongo, *PERILAKU KONSUMTIF DALAM AL- QUR ' AN (Studi Analisis Terhadap Penafsiran Abdullah Yusuf Ali Dalam The Holy Qur ' an , Text , Translation and Commentary)* SKRIPSI, 2022
- Yūsuf, Pemahaman, A L Qaradāwī, and Hadis-hadis Tentang Prilaku Konsumtif, 'Pemahaman Yūsuf Al - Qaradāwī Terhadap Hadis-Hadis Tentang Prilaku Konsumtif', 2013

Lampiran 1

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muslihatul Imaniah
Nim : 212104020010
Program Studi : Ilmu Hadis
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Humaniora
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

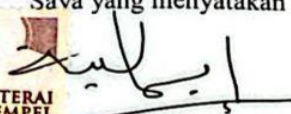
Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis diutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 8 Mei 2025

Saya yang menyatakan


METERAI TEMPEL
10000
ID4132AJXX249413808

Muslihatul Imaniah

212104020010

Lampiran 2

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Muslihatul Imaniah
Nim : 212104020010
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 10 Oktober 2002
Alamat : Jl. Letnan Sukardi RT 03 Rw 012, Dusun Sumber
Tengah, Desa Panduman, Kec. Jelbuk, Kab. Jember
Fakultas : Ushuluddin Adab Dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Hadis
Email : imaniahmuslihatul03@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal :

1. TK Walisongo
2. SDN Candijati 02
3. MTS Bustanul Ulum Pekauman Bondowoso
4. MA Nurul Qarnain Sukowono Jember
5. UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember