

**PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT* DALAM KONSUMSI  
MAHASISWA FEBI UIN PALOPO BERDASARKAN  
PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH***

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



**UIN PALOPO**

**Oleh:**

**WINDIANTI**

22 0401 0016

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO  
2026**

**PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT* DALAM KONSUMSI  
MAHASISWA FEBI UIN PALOPO BERDASARKAN  
PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH***

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



**UIN PALOPO**

**Oleh:**

**WINDIANTI**

22 0401 0016

**Dosen pembimbing:**

**Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO  
2026**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Windianti  
Nim : 2204010016  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan benar sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain dari kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan saya dan gelar akademik saya yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Palopo, 19 Januari 2026  
Yang Membuat Pernyataan



**Windianti**  
NIM. 2204010016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Perilaku *Fear of Missing Out* dalam Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Berdasarkan Perspektif *Maqashid Syariah* yang ditulis oleh Windianti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2204010016, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 19 Januari 2026 Miladiyah bertepatan dengan 30 Rajab 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 22 Januari 2026

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang      |    |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A.                    | Sekretaris Sidang |    |
| 3. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Penguji I         |   |
| 4. Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.E.           | Penguji II        |  |
| 5. Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E.        | Pembimbing        |  |

Mengetahui



## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ  
أَجْمَعِينَ، أَمَا بَعْدُ.

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, petunjuk, serta kekuatan lahir maupun batin yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Perilaku *Fear of Missing Out* Dalam Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Berdasarkan Perspektif *Maqashid Syariah*” setelah melalui berbagai tahapan dan proses yang panjang.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada nabi muhammad saw., beserta keluarga, sahabat dan para pengikut beliau. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penyusunan skripsi ini dapat dirampungkan berkat dukungan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak, meskipun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan sepenuhnya.

Penulis dengan tulus dan penuh rasa syukur menyampaikan apresiasi yang mendalam dan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua tercinta, ayahanda tercinta **Wahid**. Beliau selalu berjuang dalam mengupayakan yang

terbaik untuk kehidupan penulis, berkorban keringat, tenaga dan pikiran, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis memberikan motivasi dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai mendapatkan gelar sarjana. Sehat selalu dan panjang umur karena ayah harus selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian penulis.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih untuk pintu surga, ibunda tercintah ibu **Nurlia**. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi yang luar biasa. Terima kasih untuk doa-doa yang selalu diberikan untuk penulis, berkat doa serta dukungannya sehingga penulis bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan panjang umur karena ibu selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, S.Ag., M.Ag selaku Rektor UIN Palopo; Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bagian Akademik dan Pengembangan; Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan; serta Dr. Takdir, S.H, MH. selaku Wakil Rektor Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah membina dan berupaya

meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Kepala perpustakaan UIN Palopo Zainuddin, S.E., M.A.K. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
4. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I. selaku Ketua Program Ekonomi Syariah IAIN Palopo, beserta para Dosen dan Staff yang telah banyak memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah serta Penasehat Akademik dan Pembimbng yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
6. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. dan Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.E. yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik dan membantu penulis selama berada di UIN Palopo.

8. Segenap keluarga penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis, terkhusus wahyuni dan rahmat saudara yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat penulis, avrilia jasnur dan juliasmita yang selalu menemani penulis setiap proses yang penulis jalani, selalu kebersamai dan membantu.
10. Teman-teman EKIS A 22, yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama awal semester sampai saat ini. Dan juga teman-teman KSEI SEA yang telah menjadi tempat untuk berbagi ilmunya.
11. Seluruh informan mahasiswa yang telah meluangkan waktunya, memberikan data dan berbagi pengalaman dengan tulus selama proses wawancara dan observasi. Tanpa partisipasi mereka, penelitian ini tidak akan terselesaikan.
12. *Last but not least* teruntuk diri sendiri, terima kasih tetap berusaha walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima masih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan dan tidak lelah mencoba, Bahagialah dimanapun kamu berada sebagai sosok yang bermanfaat untuk diri sendiri maupun orang lain. Semoga langkah kecilku selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat serta mimpiku satu persatu akan terjawab, Aamiin.

Semoga segala bantuan, dukungan, kerjasama dan doa yang telah diberikan kepada penulis mendapat ganjaran yang setimpal di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangam. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga

karya ini bermanfaat bagi yang membutuhkan dan mendapat nilai ibadah di sisi-Nya. Aamiin.

Penulis, 15 Januari 2026

**Windianti**  
NIM. 2204010016



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi arab-latin

Daftar huruf Bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada table berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Şa'	Ş	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	Ş	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (°).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>fathah</i>	a	a
ِ	<i>kasrah</i>	i	i
ُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َـيْ	<i>fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
َـوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauला*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ى...ِ	<i>fathah dan alif</i> atau <i>ya'</i>	a	a dan garis di atas
ى...ِ	<i>kasrah dan ya'</i>	i	I dan garis di atas
و..ُ	<i>dammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : *qala*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَقُولُ : *yaqulu*

### 4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-at fal*  
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *al-madinah al-munawarah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

### 5. Syaddah (tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*  
نَجَّيْنَا : *najjaina*  
الْحَقُّ : *al-haqq*  
نُعَمُّ : *nu'ima*  
عُدُّوْا : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ىـ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *ali* (bukan 'Aliyy atau 'Aly)  
عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

### 6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, naik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata

sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (*al-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah atau akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوَى : *al-nau*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

## 8. Penulisan kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesai. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila

kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba 'in al-Nawawi*

*Risalah fi Ri 'ayah al-Maslahah*

#### 9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudah ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

#### 10. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri

didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf kapital (Al-), ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa ma Muhammadun illa rasul*

*Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan*

*Syahru Ramadan al-lazi unzila fih al-Qur'an*

Nasir al-Din al-Tusi

Nasr Hamid Abu Zayd

Al-Tufi

Al-Maslahah fi al-Tasyri' al-Islami

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama terakhir sebagai nama akhir dalam daftar Pustaka atau daftardaftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi : Ibnu Rusyd, Abu al-Walid

Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr

Hamid Abu)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt. = *subhanahu wa ta'ala*

Saw. = *sallallahu 'alaihi wa sallam*

As = *'alaihi al-salam*

H = Hijrah

M = Masehi

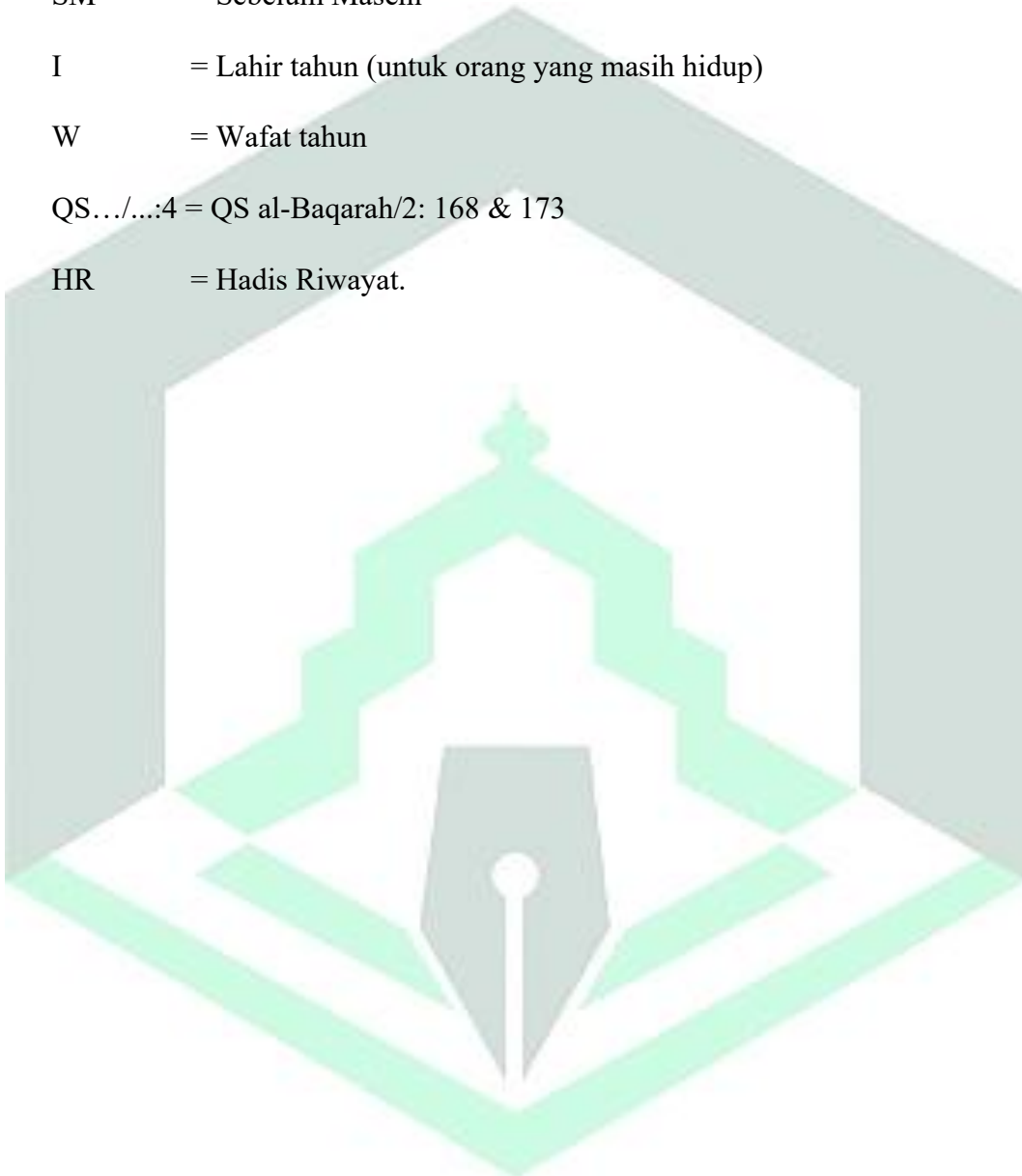
SM = Sebelum Masehi

I = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup)

W = Wafat tahun

QS.../...:4 = QS al-Baqarah/2: 168 & 173

HR = Hadis Riwayat.



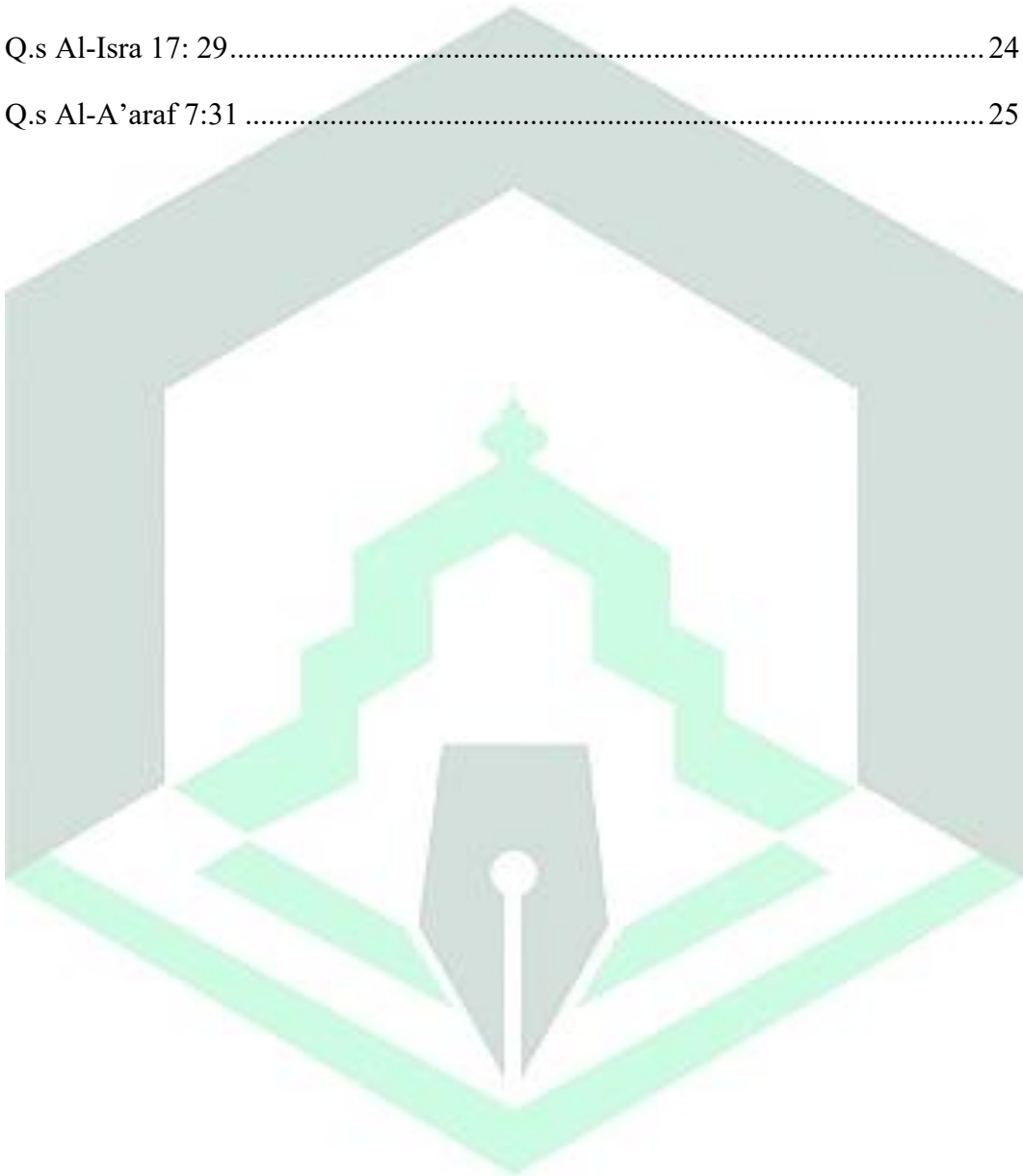
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....	x
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR AYAT.....	xx
Q.s Al-A'araf 7:31 3 .....	xx
Q.s al-anbiyah 21:1 16 .....	xx
Q.s Al-Isra 17: 29 24 .....	xx
Q.s Al-A'araf 7:31 25.....	xx
DAFTAR TABEL .....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
ABSTRAK .....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah .....	8

<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>E. Manfaat Penelitian</b> .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	10
<b>A. Penelitian Terdahulu yang Relevan</b> .....	10
<b>B. Landasan Teori</b> .....	14
<b>C. Kerangka pikir</b> .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	34
<b>A. Jenis penelitian</b> .....	34
<b>B. Subjek dan informan penelitian</b> .....	34
<b>C. Waktu dan lokasi penelitian</b> .....	35
<b>D. Teknik pengumpulan data</b> .....	35
<b>E. Teknik Analisis Data</b> .....	37
<b>F. Definisi istilah</b> .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
<b>A. Deskripsi Data</b> .....	41
<b>B. Hasil Penelitian</b> .....	43
<b>C. Pembahasan</b> .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	69
<b>A. Kesimpulan</b> .....	69
<b>B. Saran</b> .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	72
<b>Riwayat Hidup</b> .....	93

## DAFTAR AYAT

Q.s Al-A'araf 7:31 .....	3
Q.s al-anbiyah 21:1 .....	16
Q.S Al-Baqarah 2:168.....	23
Q.s Al-Isra 17: 29.....	24
Q.s Al-A'araf 7:31 .....	25



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Perbedaan Kebutuhan Dan Keinginan.....28

Tabel 4.1 Data informan .....44



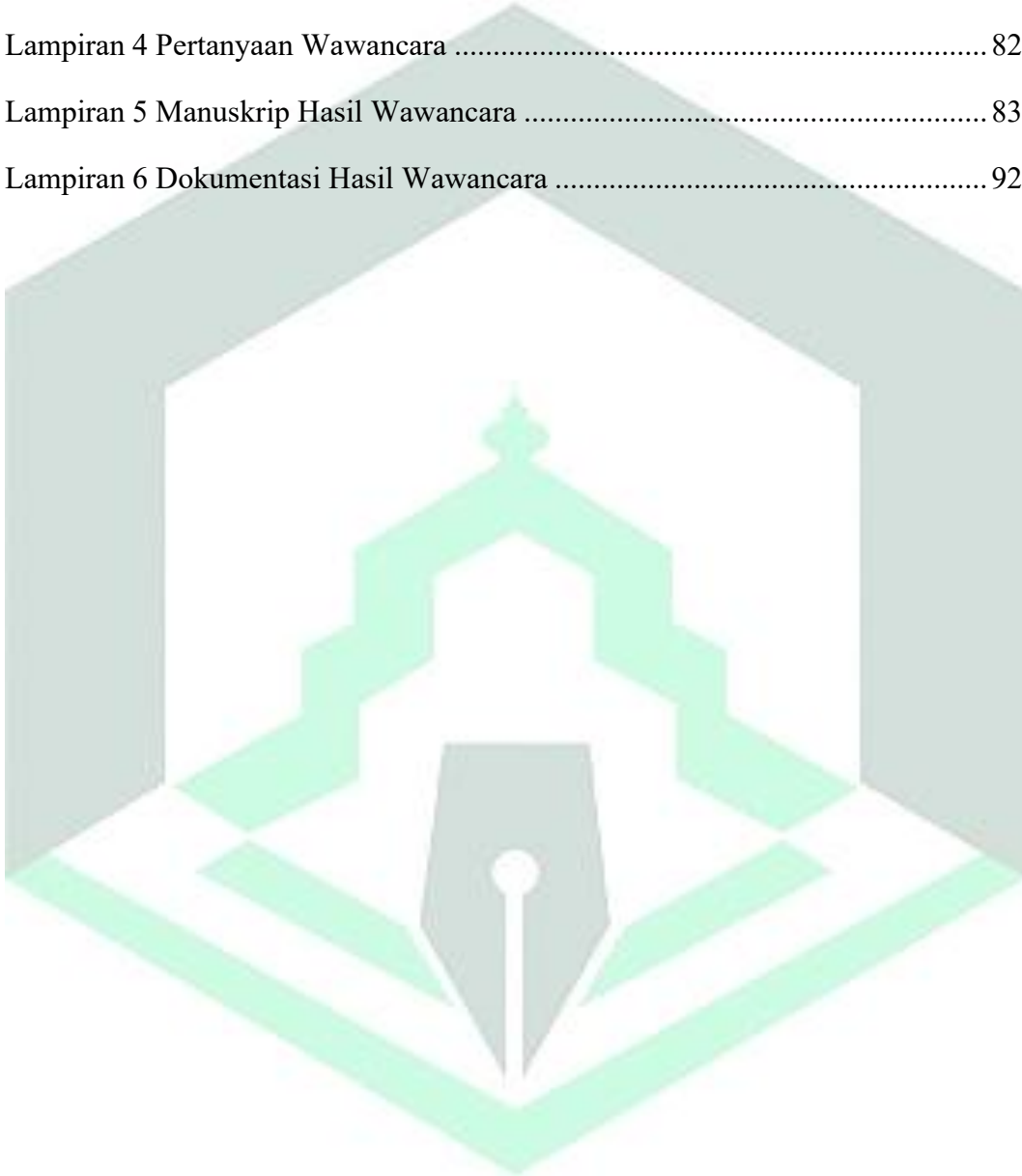
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2: Kerangka Pikir .....	33
Gambar 4.1: Struktur Organisasi kampus FEBI UIN Palopo .....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Cek Turnitin .....	79
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian .....	80
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Wawancara .....	81
Lampiran 4 Pertanyaan Wawancara .....	82
Lampiran 5 Manuskrip Hasil Wawancara .....	83
Lampiran 6 Dokumentasi Hasil Wawancara .....	92



## ABSTRAK

**WINDIANTI, 2026.** “Perilaku *Fear Of Missing Out* Dalam Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Berdasarkan Perspektif *Maqashid Syariah*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo” Dibimbing Oleh Hardianty Yusuf, S.E., Sy., M.E.

Skripsi ini membahas tentang Perilaku *Fear Of Missing Out* Dalam Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Berdasarkan Perspektif *Maqashid Syariah*”. Tujuan dari penelitian ini: untuk menegaskan pentingnya literasi konsumsi Islami dan penguatan nilai *maqashid syariah* untuk membentuk perilaku konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab, agar mahasiswa lebih bijak lagi dalam mengatur konsumsi yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi terhadap mahasiswa aktif FEBI UIN Palopo dianalisis dengan Teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Adapun keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing out* membentuk tiga pola utama perilaku mahasiswa yaitu perilaku digital konsumtif, perilaku konsumtif impulsif, perilaku belanja yang tidak diperhitungkan. Dari persepektif *maqashid syariah*, Terdapat tiga aspek yang paling berpengaruh yaitu menyebabkan tidak memperhatikan ibadah (*hifz ad-din*) penurunan pengambilan Keputusan konsumsi (*hifz al-aql*), pemborosan dan pengelolaan harta yang tidak bijak (*hifz al-mal*), yang sangat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dalam *maqashid syariah* serta gangguan keseimbangan emosional seperti kecemasan saat tidak mengikuti sesuai dengan keinginan (*hifz an-nafs*),serta kurangnya kehati-hatian terhadap aspek kehalalan dan dampaknya bagi keturunan (*hifz an-nasl*).

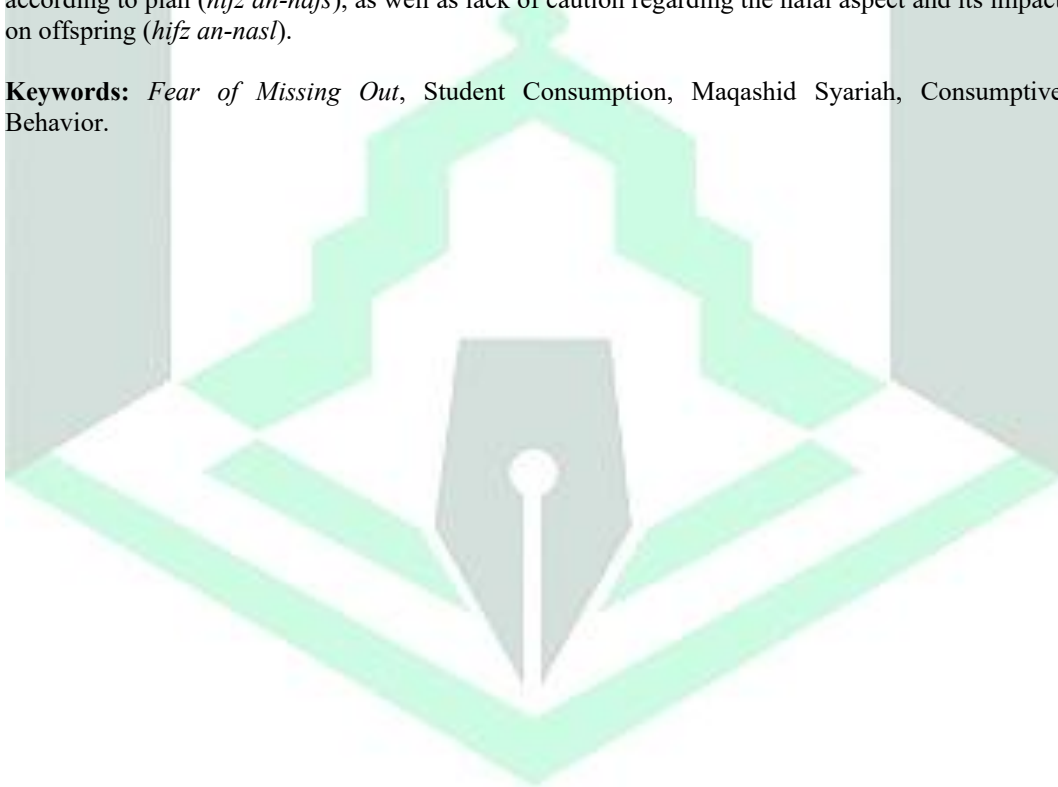
**Kata kunci:** *Fear of Missing Out*, Konsumsi Mahasiswa, *Maqashid Syariah*, Perilaku Konsumtif.

## ABSTRACT

**WINDIANTI, 2026.** *“Fear of Missing Out Behavior in Consumption of FEBI UIN Palopo Students Based on the Maqashid Sharia Perspective”*. Thesis of the Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Palopo” Supervised by Hardianty Yusuf, S.E., Sy., M.E.

This thesis discusses Behavior *Fear Of Missing Out* In the Consumption of FEBI UIN Palopo Students Based on the Perspective *Maqashid Sharia*". The purpose of this study: to emphasize the importance of Islamic consumption literacy and strengthening Islamic values. *maqashid sharia* to shape healthy and responsible consumption behavior, so that students are wiser in managing their consumption needs. This study uses a descriptive qualitative method through interviews and observations of active students of the Faculty of Economics and Business, UIN Palopo, analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The validity of the data used is source triangulation. The results of the study indicate that *Fear of Missing out* forms three main patterns of student behavior, namely digital consumer behavior, impulsive consumer behavior, and uncalculated shopping behavior. From the perspective of *maqashid sharia*, There are three aspects that have the most influence, namely causing not paying attention to worship (*Hifz ad-Din*) decrease in consumption decision making (*preservation of the mind*), waste and unwise management of assets (*hifz al-mal*), which greatly influences the consumption behavior of students in *maqashid sharia* as well as emotional balance disorders such as anxiety when things don't go according to plan (*hifz an-nafs*), as well as lack of caution regarding the halal aspect and its impact on offspring (*hifz an-nasl*).

**Keywords:** *Fear of Missing Out*, Student Consumption, Maqashid Syariah, Consumptive Behavior.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan era digital yang muncul dengan kemajuan teknologi dan internet yang luas, terutama melalui media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pola konsumsi. Fenomena yang muncul di kalangan generasi muda adalah *Fear of Missing Out* yang mewakili keadaan ketakutan dan kekhawatiran psikologis mengenai kemungkinan dikeluarkan dari pengalaman atau tren yang diikuti orang lain. Perasaan ini sering muncul karena unggahan di media sosial yang menampilkan gaya hidup, pembelian barang baru, atau partisipasi dalam acara-acara tertentu. Akibatnya, FoMO menumbuhkan praktik konsumsi impulsif yang tidak rasional, di mana individu memperoleh barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena dorongan untuk "selalu *up-to-date*" dan merasa bagian dari kelompok sosial.<sup>1</sup>

Pengguna media sosial dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif bagi kehidupan individu. Beberapa pengaruh positif terhadap kehidupan manusia, seperti menurunkan potensi mengalami depresi, meningkatkan kepuasan hidup, persepsi dukungan sosial yang lebih positif, bahkan meningkatkan modal

---

<sup>1</sup> M Zainuddin and M Mahlel, "Konsumsi Barang Dan Jasa Dalam Perspektif Teori Maqashid Al-Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan ...* 1, no. 1 (2022): 53, <https://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jsen/article/view/528%0Ahttps://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jsen/article/download/528/483>.

sosial, terutama interaksi dengan banyak orang.<sup>2</sup> *Fear of Missing Out* memicu perilaku konsumtif yang tinggi, di mana individu cenderung membeli sesuatu hanya untuk kepuasan pribadi, hal ini menciptakan siklus konsumsi yang boros di mana pembelian dilakukan tidak memikirkan kebutuhan yang mendasar, melainkan didorong oleh keinginan untuk tidak ketinggalan karena individu cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk produk yang sebenarnya tidak diperlukan. Ketika seseorang merasa tertekan untuk memenuhi kebutuhan ekspektasi sosial yang dibangun oleh media sosial, mereka lebih mungkin mengambil keputusan keuangan secara tidak rasional.<sup>3</sup>

Karakteristik mahasiswa yang mengalami *Fear of Missing Out*, seperti keinginan untuk selalu ingin mengetahui dan kecanduan pada teknologi, mempengaruhi minat individu dalam mengonsumsi fashion, elektronik, dan aksesoris dalam upaya tampil kekinian dan terhubung secara sosial. Di mana mahasiswa kadang merasa ingin membeli barang fashion untuk dianggap di lingkungan sosial yang diinginkan, terlepas dari kebutuhan atau kemampuan finansial mereka.<sup>4</sup>

Dalam Islam, perilaku konsumsi dilatarbelakangi oleh rasa takut ketinggalan dinilai bertentangan dengan nilai-nilai utama agama, seperti

---

<sup>2</sup> Nadia Khairina, Dyah Septi Ruli Rahmawati, and Friska Indriani, "Kecemasan Pada Dewasa Awal Akibat Fear of Missing Out (FoMO)," *Flourishing Journal* 4, no. 7 (2024): hal 303, <https://doi.org/10.17977/um070v4i72024p296-303>.

<sup>3</sup> Suhartini and Dwi Maharani, "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian," *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023): hal 350, <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/613>.

<sup>4</sup> Riska Syahputri Nasution, Sugianto Sugianto, and Budi Dharma, "Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah," *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 2 (2023): hal 1998, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.6819>.

kesederhanaan, pengendalian diri, dan penggunaan sumber daya secara bijak. Salah satu prinsip utamanya adalah mempertimbangkan masalah. Konsumen muslim hendaknya mempertimbangkan masalah (kepentingan) dalam setiap pengambilan keputusan konsumen.<sup>5</sup>

Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan secara bijaksana dan berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan yang dipicu oleh rasa cemas akan ketinggalan tren sosial. Allah berfirman dalam Q.s Al-A'araf: 31.

يَبْنَٰى اَدَمَ خُدُوَا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahnya:

*“wahai cucu adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) mesjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya dia tidak memyukai orang-orang yang berlebihan”.*<sup>6</sup>

Ayat ini menekankan agar manusia berlaku adil dalam urusan beribadah dan memerintahkan manusia makan dan minumlah secukupnya pentingnya tidak berlebihan dalam segala hal termasuk dalam konsumsi, mengingatkan kita berhati-hati dan tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif yang berlebihan. Karena sungguh, allah tidak menyukai, yakni tidak melimpahkan rahmat dan ganjaran-Nya kepada orang yang berlebih-lebihan dalam hal apa pun.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Hidar Indris, Ahmad Ihwanul Muttaqin, and Akhmad Afnan Fajarudin, “Fenomena Fomo; Pandangan Al-Qur’an Tentang Pendidikan Dan Keseimbangan Kehidupan Generasi Millennial,” *Jurnal Pendidikan Islam* 16, no. 2 (2023): hal 147.

<sup>6</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-A’araf 8:31*, ed. Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023, hal 154.

<sup>7</sup> kementerian agama saudi Arabia, *Tafsir Al-Qur’an Al-Azim* (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, t.t., 2007).

Dalam perspektif Islam, konsumsi tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi semata, tetapi harus memenuhi tujuan syariah atau *maqashid syariah*. *Maqashid syariah* merupakan tujuan-tujuan utama yang ingin dicapai oleh syariah dalam mengatur kehidupan manusia agar tercipta kemaslahatan dan terhindar dari *mafsadah* (kerusakan). Secara umum, *maqashid syariah* mencakup lima aspek utama, yaitu: menjaga agama (*hifzh ad-din*), menjaga jiwa (*hifzh an-nafs*), menjaga akal (*hifzh al-aql*), menjaga keturunan (*hifzh an-nasl*), dan menjaga harta (*hifzh al-maal*). Dalam konteks konsumsi, prinsip *maqashid syariah* menuntut agar konsumsi dilakukan secara bertanggung jawab, tidak berlebihan (*israf*), tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain, serta sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika Islam.<sup>8</sup>

Konsumsi mahasiswa FEBI UIN Palopo berdasarkan *maqashid syariah* harus mencerminkan kesadaran akan pentingnya menjaga agama (*hifzh ad-din*) dapat mengganggu kualitas ibadah serta kecanduan pada media sosial, keinginan terus-menerus untuk terhubung sehingga menimbulkan sifat riya', menjaga harta (*hifzh al-maal*) agar tidak terbuang sia-sia karena sering kali menimbulkan mudharat berupa pemborosan (*israf*) serta membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan atau berutang demi mengikuti tren, menjaga akal (*hifzh al-aql*) agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif yang merugikan yang menyebabkan keputusan konsumsi yang tidak rasional, serta menjaga jiwa (*hifzh an-nafs*) agar terhindar dari stres dan tekanan psikologis akibat konsumsi yang tidak sehat,

---

<sup>8</sup> Muhammad Ikhsan Harahap, Andri Soemitra, and Zuhrinal M Nawawi, "Analysis of the Effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the Use of Paylater Application on Impulse Buying Behavior (Review of Maqashid Syariah)," *Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 2 (2023): 67, <https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>.

menjaga keturunan (*hifzh an-nasl*) agar tidak menimbulkan mudharat jika mengalihkan perhatian dan sumber daya sehingga menciptakan pola hidup konsumtif yang buruk yang akan diwariskan kepada keturunan.

Namun, fenomena FoMO yang semakin marak dapat mengganggu keseimbangan ini, sehingga mahasiswa cenderung melakukan konsumsi yang tidak sesuai dengan *maqashid syariah*. Misalnya, membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan hanya karena takut ketinggalan tren, atau mengikuti gaya hidup konsumtif yang dapat menimbulkan beban finansial dan psikologis.

Dari *maqashid syariah* terhadap *fear of missing out*, penting untuk menjaga keseimbangan antara keduanya keinginan untuk mempertimbangan dengan cermat dampak kegiatan sosial atau pembelian. Konsep masalah juga menekankan pentingnya mempertimbangkan kebaikan bersama dalam setiap tindakan yang dilakukan. Jika *fear of missing out* mendorong perilaku yang merugikan diri sendiri atau masyarakat, hal ini tidak sejalan dengan prinsip islam tentang kepentingan publik. Oleh karena itu, individu harus mengambil keputusan yang informasi dan bertanggung jawab, dengan mempertimbangkan keseimbangan, kebaikan bersama, dan nilai-nilai agama, ketika dihadapkan pada dorongan atau tekanan karena takut ketinggalan.

Penelitian terbaru yang dilakukan oleh riska syahputri nasution dkk. yang menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap media sosial telah mempengaruhi cara mahasiswa dalam menghabiskan waktu dan mengambil keputusan

konsumsi.<sup>9</sup> selain itu studi yang dilakukan oleh hartiwi sampulawa dkk yang menunjukkan bahwa *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.<sup>10</sup> Dan studi yang dilakukan oleh nadia putri ayu dkk. menunjukkan bahwa FoMO memiliki korelasi yang signifikan dengan peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama dalam hal pembelian barang-barang yang bersifat simbolik dan menunjang citra diri di media sosial.<sup>11</sup>

Penelitian mengenai perilaku FoMO dalam konsumsi telah banyak dilakukan, khususnya dalam ranah psikolog dan perilaku konsumen modern. Namun, sebagian besar studi tersebut lebih menekankan pada dampak psikologis atau sosial, tanpa memperhatikan tinjauan nilai-nilai agama, khususnya prinsip masalah dalam islam. Dalam konteks lokal, seperti mahasiswa FEBI UIN palopo, kajian yang mengkaitkan fenomena konsumsi berbasis FoMO (*fear of missing out*) dengan analisis *Maqashid syariah* masih sangat terbatas. Ketiadaan studi yang mengkaji sejauh mana perilaku konsumtif akibat FoMO (*fear of missing out*) ini sesuai atau bertentangan dengan tinjauan syariat islam menjadi celah penting yang perlu diisi.

Fenomena *Fear of Missing Out* dalam konsumsi semakin menguat di kalangan mahasiswa, terutama dengan intensitas penggunaan media sosial yang

---

<sup>9</sup> Nasution, Sugianto, and Dharma, "Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah," 100.

<sup>10</sup> Fakultas Ekonomi and Universitas Pattimura, "Pengaruh Fear of Missing Out ( FOMO ), Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumtif Kuliner Kekinian Mahasiswa" 8 (2025): 4–6.

<sup>11</sup> Desy Safitri Nadia Putri Ayu and Sujarwo, "Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa" 3, no. 2 (2025): 1–18, <https://jurnal.tiga-mutiara.com/index.php/jimi/article/view/375>.

tinggi. Kondisi ini berpotensi menyebabkan perilaku konsumsi yang boros, impulsif, dan tidak sesuai dengan prinsip keadilan ekonomi Islam. Individu mahasiswa perlu memiliki landasan etis dan religius yang kuat dalam mengelolah konsumsi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting untuk merumuskan panduan konsumsi yang tidak hanya rasional, tetapi juga berorientasi pada kemaslahatan, sehingga dapat menjadi kontribusi nyata dalam pembentukan karakter konsumtif yang sehat dan bertanggung jawab di era digital.

Penelitian ini akan mengintegrasikan analisis perilaku konsumsi berbasis *fear of missing out* berdasarkan *maqashid al-syariah*. Tidak hanya mengamati perilaku konsumtif sebagai fenomena sosial, penelitian ini juga akan mengevaluasi apakah konsumsi tersebut membawa kemaslahatan (kebaikan) atau justru mudarat (kerusakan) bagi mahasiswa. Penelitian ini juga menonjolkan pendekatan lokal di kalangan mahasiswa FEBI UIN palopo, yang jarang menjadi fokus dalam kajian perilaku konsumen, sehingga memberikan sumbangan baru dalam memperkaya literatur perilaku konsumsi berbasis nilai-nilai keislaman.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa FEBI UIN palopo memandang perilaku FoMO (*fear of missing out*) dalam konsumsi dengan mempertimbangkan konsep *maqashid syariah* dalam Islam. Maka peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Perilaku *Fear of Missing Out* Dalam Konsumsi Dikalangan Mahasiswa UIN Palopo Berdasarkan Perspektif *Maqashid Syariah*”**.

## **B. Batasan Masalah**

Informasi yang dihasilkan pada penelitian ini hanya memuat mengenai bagaimana perilaku FoMO (*fear of missing out*) dapat membawa kemaslahatan atau menimbulkan kemudharatan dalam konsumsi khususnya dalam konteks gaya hidup dan tren konsumsi barang dan jasa di kalangan mahasiswa FEBI UIN palopo di berdasarkan maqashid syariah khususnya dalam kaitannya dengan menjaga agama (*hifzh ad-din*), menjaga jiwa (*hifzh an-nafs*), menjaga akal (*hifzh al-'aql*), menjaga keturunan (*hifzh an-nasl*), dan menjaga harta (*hifzh al-maal*).

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perilaku mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dipengaruhi oleh FoMO?
2. Bagaimana tinjauan *maqashid syariah* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi oleh FoMO?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bentuk perilaku konsumsi mendorong munculnya perilaku konsumtif berbasis FoMO (*fear of missing out*) dalam konsumsi dikalangan mahasiswa FEBI UIN palopo.
2. Mengetahui konsumsi berbasis FoMO ditinjau dari perspektif *Maqashid syariah* dalam islam.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis sebagai informasi untuk penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang, khususnya dapat memperkaya khazanah keilmuan Islam, terutama dalam bidang ekonomi Islam dan *maqashid syariah*, dengan mengaplikasikan teori-teori ini untuk menganalisis fenomena sosial kontemporer seperti *Fear of Missing Out*. Hasilnya akan menjadi bukti empiris yang menunjukkan relevansi dan fleksibilitas *maqashid syariah* sebagai kerangka analisis yang efektif untuk memahami perilaku sosial dan ekonomi di era digital. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi bagi ilmu perilaku konsumen dengan mengintegrasikan perspektif etis dan spiritual Islami, yang sering kali tidak disentuh oleh pendekatan konvensional.

### **2. Manfaat praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi wawasan dan meningkatkan kesadaran diri tentang dampak negatif FoMO pada kondisi finansial dan spiritual mereka, mendorong mereka untuk lebih bijak dalam mengelola konsumsi. Bagi UIN Palopo, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang program-program edukasi, seminar, atau kurikulum yang berfokus pada literasi keuangan Islami dan etika konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai agama.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya ditemukan pembahasan dengan judul yang sama yang dibahas, namun dengan beberapa aspek yang relevan dengan judul tersebut, antara lain:

1. Darlisyah mahmud, Firman Nur Heryanto, Hermy Muzaki dengan judul “*The Influencer Of Hedonic Motivation, Influencer Marketing On Purchase Decision With FOMO (Fear Of Missing Out) As Mediation*” adapun tujuan penelitian ini adalah perkembangan teknologi saat ini menyebabkan perubahan dalam proses pengambilan keputusan, terutama dalam industri produk mode. Penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis dan pemasaran influencer memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Namun, FoMO tidak memediasi pengaruh pemasaran influencer terhadap keputusan pembelian. Adapun perbedaan dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan populasi mencakup semua remaja dan dewasa sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif dan lokasi penelitian di UIN Palopo dan mahasiswa sebagai informan. Adapun kesamaan penelitian ini adalah membahas perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*).<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Darlisyah Mahmud et al., “The Influence of Hedonic Motivation, Influencer Marketing on Purchase Decision With Fomo (Fear of Missing out) As Mediation,” *International Journal of Professional Business Review* 8, no. 11 (2023): e03834, <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i11.3834>.

2. Nurmilawati, ariana dengan judul “Fenomenaa FOMO Dalam Konsumerisme Mahasiswa ULM Dan Perspektif Islam Terhadapnya” ini bertujuan untuk menganalisis perilaku FoMO mempengaruhi perilaku konsumsi mereka dan juga mengkaji perspektif islam tentang perilaku konsumtif yang dipicu oleh FoMO, yang bertentangan dengan ajaran islam tentang kesederhanaan dan pengendalian diri. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa fenomena “*Fear Of Missing Out*” memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, khususnya perempuan. Meskipun tekanan dari media sosial besar, faktor sosial seperti lingkungan kampus dan pertemanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun perbedaan dari penelitian ini ialah terletak pada lokasi penelitian sebagaimana penelitian ini membahas fenomena FoMO dalam konsumerisme mahasiswa ULM sedangkan penulis meneliti di UIN Palopo, adapun persamaannya yaitu membahas mengenai perilaku FoMO dan juga konsumsi dikalangan mahasiswa.<sup>13</sup>
3. Jenny Fernanda, Muhammad Faisal Azka, Achmad Putri, dengan judul “Analisis Perilaku FOMO Mahasiswa Universitas Jember Dalam Perspektif Masyarakat Konsumsi Baudrillard” dengan tujuan mengkaji fenomena terbaru di era modern ini. Fenomena sosial FOMO, terutama dalam hal fesyen, menjadi fenomena yang terus berkembang dan dapat berubah sesuai dengan struktur sosial. Tidak diragukan lagi, penelitian ini memiliki keterbatasan, sehingga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang berkaitan dengan fenomena FOMO dengan kebutuhan elit kapitalis yang di

---

<sup>13</sup> Nurmilawati, “Fenomena FOMO Dalam Konsumerisme Mahasiswa ULM Dan Perspektif Islam Terhadapnya,(2024), hal 10 ”

dalamnya juga memuat mengenai struktur kelas serta konsekuensinya. Perilaku FOMO yang semakin lama dapat membawa konsekuensi tidak tenang bagi pelakunya. Bahkan untuk memenuhi ego mereka, orang rela membeli barang palsu dengan logo merek tertentu daripada barang original tetapi mereknya belum terkenal. Terdapat perbedaan dengan peneliti penulis yaitu penelitian ini menggunakan perspektif masyarakat konsumsi baudrillard dan menggunakan mahasiswa universitas jember sebagai populasi sedangkan penulis menggunakan mahasiswa UIN palopo sebagai populasi dengan perspektif masalah. Adapun kesamaan penelitian ini adalah membahas Fenomena Perilaku FoMO (*Fear Of Missing Out*).<sup>14</sup>

4. Muhammad Ikhsan Harahap, Andri Soemitra Dan Zuhrinal, dengan judul “Analisis Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) Dan Penggunaan Aplikasi Paylater Terhadap Perilaku *Impuls Buying* (Tinjauan Maqashid Syariah)” Tujuan dari studi ini adalah untuk melihat bagaimana rasa takut ketinggalan (FOMO) dan penggunaan aplikasi bayar nanti mempengaruhi kebiasaan berbelanja secara impulsif menurut prinsip maqashid syariah. Ini menunjukkan bahwa fenomena FOMO semakin bertambah dan keberadaan aplikasi bayar nanti membuat perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa FEBI UN SU juga meningkat. Dalam pandangan maqashid syariah, tujuan dari aplikasi bayar nanti adalah untuk memberi manfaat dan menghindari masalah yang muncul akibat pembelian impulsif. Namun, rasa

---

<sup>14</sup> Jenny Fernanda, Muhammad Faisal Azka, and Achmadiannisa Putri R.A., “Analisis Perilaku FoMO Mahasiswa Universitas Jember Dalam Perspektif Masyarakat Konsumsi-Baudrillard,” *Journal of Creative Student Research* 1, no. 6 (2023): fig. hal 44, <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2967>.

takut kehilangan yang ada saat menggunakan aplikasi bayar nanti tidak sejalan dengan prinsip syariah. Itu lebih mengarah kepada gaya hidup hedonis, di mana berutang bertentangan dengan aturan syariah yang mendorong gaya hidup yang sederhana dan menggunakan uang untuk kepentingan sendiri. Berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan dua variabel bebas, yaitu perilaku FOMO dan penggunaan aplikasi bayar nanti dalam pengaruhnya terhadap pembelian impulsif dengan menggunakan metode kuantitatif. Peneliti lain hanya memfokuskan pada perilaku FOMO sebagai satu-satunya variabel bebas dan menerapkan metode kualitatif. Namun, kesamaan antara penelitian ini adalah keduanya membahas perilaku FOMO.<sup>15</sup>

5. Ian Alfian, dengan judul “FOMO Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam” tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ternyata FOMO mempunyai dampak yang signifikan untuk kesehatan mental dan perilaku konsumtif seseorang, Terutama dalam kehidupan yang serba modern yang dipengaruhi oleh media sosial. Penelitian ini menyatakan bisa menjadi penyebab stres, serta perasaan yang tidak mengenakkan dengan kehidupan, dan dapat mendorong sifat konsumtif seperti membeli suatu barang yang kurang bermanfaat. Hal ini menerapkan prinsip maqashid syariah, terkhusus *al-hifz*, *al-nafs* dan *al-mal*, sangat membantu individu mengelola dampak negatif dari FOMO. Nilai-nilai islam yaitu kesederhanaan dan rasa syukur, berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengatasi kecenderungan konsumtif

---

<sup>15</sup> Harahap, Soemitra, and Nawawi, “Analysis of the Effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the Use of Paylater Application on Impulse Buying Behavior (Review of Maqashid Syariah).”

yang ditimbulkan dari perilaku FOMO saat seseorang memiliki sikap sederhana, individu atau kelompok lebih bijaksana dalam mengambil keputusan untuk konsumsi, sedangkan sikap syukur bisa mengurangi rasa cemas dan ketidakpuasan pada individu. Dari analisis ini menegaskan bahwa akan pentingnya kesadaran edukasi untuk mengatasi FOMO, serta mempererat nilai yang telah digunakan dan bermakna dalam hidup. Ada beberapa perbedaan dalam penelitian ini dengan penulis yaitu menggunakan media sosial sebagai variabel independen serta kesehatan mental dan keuangan dari perspektif Islam sebagai variabel dependen, adapun kesamaan dari penelitian penulis yaitu menggunakan perilaku *fear of missing out* (FOMO) sebagai penelitiannya.

## B. Landasan Teori

### 1. FoMO (*Fear of Missing Out*)

FoMO adalah akronim dari *Fear of Missing Out*, yang menurut KBBI merupakan singkatan dari kombinasi suku kata yang diucapkan dan ditulis dengan cara yang sama seperti kata alami. Istilah ini merujuk pada fenomena psikologi kepribadian seseorang yang menderita gangguan mental seperti *anxiety disorder*.<sup>16</sup>

*Fear Of Missing Out* (FoMO) merupakan suatu perasaan yang dirasakan oleh orang-orang bahwa mereka ketinggalan dalam mengikuti sesuatu yang menguntungkan atau menyenangkan.<sup>17</sup> Salah satu teori yang menggambarkan

---

<sup>16</sup> Kurniawati Kurniawati et al., "Strategi Pemasaran Iklan Digital Dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online," *Jurnal Abdikaryasakti* 2, no. 2 (2022):hal 56, <https://doi.org/10.25105/ja.v2i2.14187>.

<sup>17</sup> Ahmad Maulidizen et al., "The Fear of Missing Out (FOMO) and Islamic Consumer Ethics: Examining Gen Z Behavior Through A Sharia and Moral Lens," *Madania: Jurnal Kajian*

fenomena FoMO adalah *sociological model of konsumen behavior* yang menggambarkan FoMO (*Fear Of Missing Out*) sebagai motivator bagi pelaku konsumen, karena individu dapat melakukan pembelian atau terlibat dalam suatu kegiatan pengalaman yang terjadi pada orang lain. FoMO dapat membuat orang menjadi kurang puas dengan apa yang dimiliki karena mereka merasa individu lain memiliki apa yang tidak mereka miliki. FoMO terjadi karena penggunaan smartphone dan media sosial yang membuat seseorang melihat pengalaman orang lain dari media sosial. FoMO bisa timbul saat individu melakukan perbandingan sosial dengan orang lain yang dianggap lebih sukses dan merasa keilangan kesempatan serta pengalaman yang dimiliki oleh individu tersebut.<sup>18</sup>

Menurut survei yang dilakukan oleh JWT (*JSON Web Token*) *intelegence* menunjukkan bahwa individu antara usia 16 sampai 24 tahun, termasuk siswa memiliki kecenderungan untuk mengalami perilaku FoMO. Menggunakan dan mengakses internet, terutama dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang paling terlibat di media sosial adalah salah satu karakteristik kelompok usia muda saat ini. Selain itu, internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan generasi milenial dan generasi Z.<sup>19</sup>

Dalam hal ini, fenomena FoMO (*Fear Of Missing Out*) dapat digambarkan sebagai simbiosis parasitisme ada yang menguntungkan dan ada yang dirugikan.

---

*Keislaman* 28, no. 2 (2024): 307, <https://ejournal.uinfasbengkulu.ac.id/index.php/madania/article/view/5902>.

<sup>18</sup> Michael Fumar et al., "The Influence of Fear of Missing Out (FOMO), Sales Promotion, and Emotional Motive Mediated Self-Control on Impulsive Buying for Hypebeast Products," *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 6, no. 3 (2023): hal 365, <http://jurnal.unsyiah.ac.id/riwayat/>.

<sup>19</sup> Indris, Muttaqin, and Fajarudin, "Fenomena Fomo; Pandangan Al-Qur'an Tentang Pendidikan Dan Keseimbangan Kehidupan Generasi Millenial."

Selain itu, sangat menarik bahwa Allah telah memperingatkan manusia tentang adanya fenomena FoMO sejak lama, tetapi tidak banyak orang yang menyadarinya. Hal tersebut tertera dalam firmanNya Q.s al-anbiyah 21:1:

اِقْتَرَبَ لِلنَّاسِ حِسَابُهُمْ وَهُمْ فِي غَفْلَةٍ مُّعْرِضُونَ

Terjemahnya:

“telah makin dekat kepada manusia perhitungan (amal) mereka, sedangkan mereka dalam keadaan lengah lagi berpaling (darinya).” (Q.s al-anbiyah 21:1).<sup>20</sup>

Dalam tafsir al-azhar, ayat diatas sebagai larangan keras untuk cepat percaya pada berita yang disampaikan oleh orang fasik. Hal ini dapat menyebabkan masalah bagi orang lain dan kaum. Tidak ada gunanya mengiyakan atau menolak suatu hal secara langsung sebelum memeriksa secara menyeluruh apakah benar atau tidak. Jangan sampai orang yang terburu-buru membuat keputusan yang buruk tentang suatu perkara mengalami hukuman. Namun, pada akhirnya ternyata tidak ada salahnya sama sekali dalam informasi yang disampaikan oleh orang itu.

Adapun jenis jenis FoMO (*Fear Of Missing Out*) yaitu :

- a. *Fear of Missing Out* sosial menyangkut pengalaman sosial dan pengalaman yang dialami orang lain, misalnya ketika seseorang tidak memiliki akses ke media sosial dan dengan demikian seseorang tidak bisa mengetahui apa yang terjadi di lingkungan sosialnya atau sekitarnya.

<sup>20</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-Anbiyah 17:1,” n.d., hal 322.

- b. *Fear of Missing Out* persial, menyangkut pengalaman yang bersifat pribadi, pengalaman semacam ini dapat berupa, pengalaman individu yang terkait dengan pengebangan diri atau tujuan impian pribadi seseorang.<sup>21</sup>

Aspek dari *Fear of Missing Out* (FoMO) menurut przybylski muryama dan gladwell bahwa rendahnya level dari kebutuhan dasar psikologi tersebut yang berhubungan dengan *Fear of Missing Out* karena berdasarkan perspektif tersebut menanggapi bahwa sebagai situasi saat tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi pada diri dan *relatednes*, maka aspek dari *Fear of Missing Out* yaitu:<sup>22</sup>

- a. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan *relatedness*

*Relatedness* yaitu kebutuhan seseorang untuk terhubung satu sama lain dan kebersamaan dengan orang lain. Kondisi seperti hubungan yang kuat, hangat dan peduli bisa memenuhi kebutuhan, membuat seseorang memiliki kesempatan lebih dalam berinteraksi dengan orang-orang yang dianggap penting dan terus mengembangkan keterampilan sosialnya. Namun, jika kebutuhan psikologi tidak terpenuhi seseorang akan merasa terisolasi dan menyebabkan rasa cemas.

- b. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan *self*

Kebutuhan psikologi akan *self* berkaitan dengan *competence* dan *autonomi*. *Competence* didefinisikan sebagai keinginan yang sudah berhubungan dengan individu untuk merasa efektif dalam berinteraksi dengan lingkungannya

<sup>21</sup> Hadassah Littman-Ovadia and Pninit Russo-Netzer, "Exploring the Lived Experience and Coping Strategies of Fear of Missing Out (FoMO) among Emerging Adults," *Current Psychology* 43, no. 42 (2024): hal 85, <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06793-w>.

<sup>22</sup> Alfanny Maulany Yusra and Lisfarika Napitupulu, "Hubungan Regulasi Diri Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa," *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)* 2, no. 2 (2022): hal 80, <https://doi.org/10.25299/jicop.v2i2.8718>.

menggambarkan kebutuhan untuk melatih kemampuan dan mencari tantangan yang stabil. Kebutuhan *competence* berhubungan dengan keyakinan individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu secara efisien dan efektif. Individu dapat menjadi putus asa dan frustrasi jika mereka tidak puas dengan kemampuan mereka. Namun, autonomi adalah pengalaman merasan pilihan, bantuan dan keinginan untuk memulai, memelihara, dan mengakhiri aktivitas perilaku. *Autonomy* bermakna bahwa individu bebas mengintegrasikan tindakan yang dijalankan dengan diri sendiri tanpa terikat atau mendapatkan kontrol dari orang lain. Apabila kebutuhan psikologi individu tidak terpenuhi, mereka akan menyalurkannya pada internet untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan individu lain. Sehingga, individu akan terus berusaha untuk mengetahui apa yang terjadi pada orang lain melalui internet.<sup>23</sup>

Perasaan khawatir atau ketakutan yang tidak berhenti ketika tahu orang lain menikmati sesuatu yang menyenangkan dan kita tidak terlibat. Ini terjadi karena mereka takut ketinggalan tren produk di pasar, biasanya terjadi ketika sebuah perusahaan menjadikan produknya yang utama agar mengikuti perkembangan zaman. FoMO dapat membuat perilaku konsumsi dengan meningkatkan pengamatan terhadap orang lain dan mendorong orang untuk mengikuti kecenderungan di khalayak umum.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Kharisma Adzan Muhammad, "Fenomena Perilaku Fear of Missing Out (Fomo) Dalam Penggunaan Media Sosial Berlebih Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo. (2024), hal 1862"

<sup>24</sup> Veronika Yuliani Jangkar, Andriani Paulin Nalle, and Katharina Edeltrudis Perada Korohama, "Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusa Cendana," *Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora* 3, no. 1 (2025): 57–66, <https://doi.org/10.35508/jbkf.v3i1.17808>.

Adapun beberapa indikator dari perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*) yaitu:

a. Takut ketinggalan tren

Takut ketinggalan tren adalah perasaan cemas atau khawatir bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman yang lebih baik atau lebih menarik daripada kita. Ketakutan sering kali muncul ketika konsumen merasa bahwa mereka akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu yang sedang tren atau populer. Misalnya, ketika ada peluncuran produk baru atau penawaran terbatas, konsumen akan merasa tertekan untuk segera membeli agar tidak ketinggalan.

b. Dorongan impulsif

Ini merujuk pada kecenderungan untuk bertindak tanpa berpikir panjang, sering kali dipicu oleh rangsangan dari media sosial. Misalnya, seseorang mungkin merasa terdorong untuk membeli produk setelah melihat iklan atau rekomendasi di platform sosial, meskipun mereka tidak benar-benar membutuhkannya, di mana konsumen membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau anggaran mereka.

c. Ketergantungan media sosial

Kondisi di mana seseorang tidak dapat hidup tanpa menggunakan media sosial. Ketergantungan ini dapat menyebabkan interaksi yang berlebihan dengan media sosial dapat meningkatkan perilaku konsumtif terutama di kalangan remaja.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Nadia Khairina, Dyah Septi Ruli Rahmawati, and Friska Indriani, "Kecemasan Pada Dewasa Awal Akibat Fear of Missing Out (FoMO)," fig. hal 200.

## 2. Konsumsi

### a. Pengertian konsumsi

Secara umum, konsumsi istilah dari bahasa Inggris, konsumsi dari kata *consumption* yang berarti pemakaian, menggunakan, pemanfaatan, atau pengeluaran. Tujuan konsumsi ekonomi adalah untuk menggunakan atau mengurangi daya guna barang dan jasa secara bertahap atau berlangsung untuk memenuhi kebutuhan hidup atau kebutuhan pokok yang sesuai dengan kebutuhan individu.<sup>26</sup>

Secara umum terdapat perbedaan antara pakar ekonomi, dalam mendefinisikan konsumsi. Namun konsumsi didefinisikan dengan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sementara pelaku konsumsi atau orang yang memakai barang dan jasa untuk kebutuhannya disebut konsumen. Dengan demikian konsumsi berkaitan dengan penggunaan hasil usaha manusia untuk dikonsumsi demi kebutuhan.<sup>27</sup>

Adapun pendapat para ahli dalam mengartikan teori konsumsi yaitu:

#### 1.) Jhon Maynard Keynes

Keynes berpendapat yaitu besarnya konsumsi rumah tangga, tergantung dari pendapatan yang dihasilkan. Perbandingan antara besarnya konsumsi dan pendapatan disebut Keynes sebagai *marginal propensity to consume* (MPC). Ini digunakan untuk mengukur bahwa semakin besar penghasilan

---

<sup>26</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah* (Bandung: Setia, Cv Pustaka, 2017), Hal 86.

<sup>27</sup> Muh Ruslan Abdullah dan Fasiha Kamal, *Pengantar Islamic Economic Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam*, ed. Edhy Ruslan (Makassar: lumbung informasi pendidikan (LIPa), 2014), hal 70.

yang dimiliki, maka tingkat konsumsi rumah tangga jadi lebih meningkat, dan begitu pula sebaliknya.

## 2.) Hipotesis Franco Modigliani

Teori konsumsi modigliani beranggapan bahwa besarnya konsumsi, tidak harus bergantung pada pendapatan. Karena pendapatan itu sendiri sangat bervariasi, yaitu saat seorang dapat mengatur pendapatannya dari tabungan ketika pendapatannya sangat rendah, tinggi maupun tidak ada pendapatan misalnya karena pensiun yang sudah dibayar lebih awal, dan sebagainya. Dimana teori konsumsi modigliani disebut sebagai daur hidup (*life cycle hypothesis*). Menjelaskan bahwa jumlah kekayaan yang dimiliki yang bisa dihasilkan dari tabungan, investasi, penyesihan, pendapatan, warisan dan lain sebagainya.

## 3.) James Dusenberry

James Dusenberry mengemukakan bahwa jumlah konsumsi seseorang dan masyarakat tergantung dari jumlah penghasilan tertinggi yang dimiliki atau dicapai oleh individu. Teori dusenberry berdasarkan pada dua asumsi yaitu *interdependen* dan *ireversibel*. Dimana *interdependen* adalah besar konsumsi seseorang yang dipengaruhi oleh besarnya konsumsi orang lain. Yaitu misalnya seseorang dengan tingkat pengeluaran konsumsi yang sederhana, namun tingkat di lingkungan masyarakat dengan tingkat konsumsi tinggi. Maka hal tersebut akan mempengaruhi pola hidup dan

tingkat konsumsi seseorang yang ada awalnya hanya memiliki tingkat konsumsi yang rendah menjadi tingkat konsumsi tinggi.<sup>28</sup>

Menurut al-ghazali, konsumsi didefinisikan *al-hajah*, yaitu penggunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan melalui bekerja (*al-iktisab*) yang wajib dituntut (*fardhu kifayah*), berdasarkan etika (*syariah*) dan dalam rangka menuju kemaslahatan menuju akhirat. Prinsip ekonomi islam adalah rangkuman dari akhlak, akidah dan syariat islam yang menjadi rujukan dalam pembentukan sistem ekonomi islam. prinsip-prinsip ini termasuk menghindari hidup mewah, menahan diri dari pekerjaan yang dilarang, membayar zakat dan menghindari riba. Nilai moral tidak hanya berkaitan dengan tindakan individu tetapi juga dengan interaksi secara kolektif. Kepentingan kolektif dan individu menjadi niscaya nilai yang harus selalu ada dalam pembentukan sistem dan ada kecenderungan untuk mendahulukan kepentingan kolektif dari pada kepentingan individu.<sup>29</sup>

Teori konsumsi menurut pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam yaitu memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang memberikan kebaikan dunia dan akhirat bagi konsumen itu sendiri. Secara umum memenuhi kebutuhan akan mendapatkan manfaat fisik, spritual, intelektual, ataupun material, sementara memenuhi keinginan akan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.<sup>30</sup> Jika individu menginginkan suatu

---

<sup>28</sup> Ahmand Zaki dan Diyan Yusri, "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmu Pendidikan* 7, no. 2 (2020): hal 37.

<sup>29</sup> budi setyanto mustafa edwin nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, ed. kencana prenada media Group (jakarta: prenada media group, 2010).

<sup>30</sup> Indra Cahaya Tresna, "Fear of Missing Out (FOMO) in Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review on Antecedents, Consequences, and Moderating Factors," *Journal*

kebutuhan, maka memenuhi kebutuhan tersebut akan menghasilkan keuntungan dan kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak didasari oleh keinginan, maka hanya akan menghasilkan keuntungan semata. Dengan kata lain, jika yang diinginkan bukan kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan menghasilkan kepuasan.<sup>31</sup>

Salah satu ayat bagaimana pola mengatur konsumsi dalam islam, Q.S Al-Baqarah 2:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

*“Wahai manusia, makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti Langkah setan. Sesungguhnya setan itu musush yang nyata bagimu”<sup>32</sup>*

Ayat ini menekankan pentingnya memilih makanan yang halal dan baik serta menghindari mengikuti langkah setan yang membawa keburukan. *At-tayyibat* adalah sifat barang konsumsi dalam islam, menurut al-ghazali dan al-syatibi dalam Islam prinsip konsumsi adalah keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Menurut monzer kahf masyarakat melaksanakan Islam, zakat adalah hukum yang wajib, tidak ada riba, mudharabah ada dalam

---

*of Information Systems Engineering and Management* 10, no. 36s (2025): 626–39, <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i36s.6542>.

<sup>31</sup> Shinta Ayu Pramesti and Nandang Ihwanudin, “Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah,” *MODERATION: Journal of Islamic Studies Review* 1, no. 2 (2021): hal 28, <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/index>.

<sup>32</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-Baqarah 2:168*, n.d., hal 25.

ekonomi dan pelaku ekonomi berperilaku dengan memaksimalkan. Ini menciptakan pemikiran tentang teori konsumsi islam.<sup>33</sup>

Adapun Etika dalam konsumsi islam yaitu sebagai berikut:

#### 1.) Seimbang dalam konsumsi

Islam mewajibkan pemilik harta untuk memanfaatkan sebagian harta mereka untuk kepentingan diri, keluarga, dan fi sabilillah, sementara sikap kikir juga dilarang. Inilah keseimbangan yang diperintahkan dalam al qur'an mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi, seperti yang disebutkan dalam Q.s al-isra 17:29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Terjemahnya:

*dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengurungnya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.*"<sup>34</sup>

#### 2.) Membelanjakan harta pada bentuk yang diharamkan dan dengan cara yang baik

Cara yang baik islam mendorong dan memberikan keleluasaan individu untuk membelanjakan uang mereka untuk membeli barang yang baik dan halal untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka selama tidak meanggar batas yang suci atau membahayakan keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan Negara. Menurut abu al a'ala al-maududi, judi yang hanya

<sup>33</sup> Abū Ishāq Al-Syātibī, *Al-Muwāfaqāt Fī Uṣūl Al-Syarī'Ah* (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004).

<sup>34</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan Q.S Al-Isra 17:29*, 2023.

mengikuti hawa nafsu adalah salah satu contoh perbelanjaan harta yang merugikan masyarakat, yang dilarang oleh islam.

### 3.) Larangan bersikap *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia)

Larangan gaya hidup mewah adalah salah satu nilai moral dari konsep konsumsi. Gaya hidup mewah merugikan orang dan masyarakat karena membangkitkan nafsu dan menyibukkan mereka dari moralitas dan akhlak yang luhur. Selain itu, menghancurkan semangat jihad. Dalam hal ini, al-Abd ar-rasul mengatakan bahwa gaya hidup mewah atau *israf* adalah penyebab moral yang rusak dan akhirnya menghancurkan masyarakat. Kemewahan, atau *israf* didefinisikan oleh Afzalur Rahman sebagai berlebihan dalam memenuhi keinginan pribadi atau membelanjakan uang untuk hal-hal yang tidak penting. Dalam Q.s Al-Araf 8:31, Allah telah memperingatkan akan perilaku:

يٰٓبَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahnya:

“wahai anak cucu adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan, sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebihan”<sup>35</sup>

### 4.) Larangan bersikap kikir, bakhil dan menumpuk harta

Di dalam islam, ada sebagian besar kesadaran untuk membantu orang yang kekurangan. Al-quran, aturan komprehensif dan universal yang diciptakan Allah untuk keseimbangan sosial, ditetapkan dengan mengikuti

<sup>35</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-A'raf 8:31*.

contoh para nabi dan rasul. Sifat kikir, yang merupakan salah satu sifat buruk manusia, harus dihilangkan dengan menanamkan kesadaran bahwa kekayaan adalah amanah allah, dan sebagian dari kekayaan harus diberikan kepada mereka yang berhak atasnya.<sup>36</sup>

Abu said al chodry r.a berkata: ketika kami dalam bepergian bersama nabi SAW, mendadak datang seseorang berkendaraan, sambil menoleh ke kanan ke kiri seolah mengharapkan bantuan makanan, maka bersabda nabi SAW: “siapa yang mempunyai kelebihan kendaraan harus dibantukan pada yang tidak mempunyai kendaraan. Dan siapa yang mempunyai beal harus dibantukan ada orang yang tidak berbekal.” Kemudian rasulullah menyebutkan berbagai macam jenis kekayaan hingga kita merasa seseorang tidak berhak memiliki sesuatu yang lebih dari kebutuhan hajatnya. (H.R. muslim).

### 3. *Maqashid Al-Syariah*

*Maqashid Al-Syari'ah* berasal dari kata jamak dari kata arab “*maqashid*” yang berarti “tujuan” atau sasaran”. Jadi, *maqashid al-syari'ah* adalah tujuan syarah secara terminologi. *Maqashid* menjelaskan hikmah di balik aturan syariat islam, dan beberapa ulama mengartikannya sebagai “masalah”.<sup>37</sup> *Maqashid al-syari'ah* juga dianggap sebagai sejumlah tujuan yang baik yang diusahakan oleh syariah

<sup>36</sup> linda A.ali muh rasbi, muh.ginanjari, fasiha, atika tahir, “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana IAIN Palopo,” *Manajemen Dan Keuangan Syariah* 02, no. 02 (2024): 15–27, <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

<sup>37</sup> Muhammad Arafat and Asmuni, “Implementation of Maqashid Al-Syariah in Islamic Criminal Law in Muslim Countries: A Comparative Study in Saudi Arabia, Iran, Malaysia, and Indonesia,” *Al-Sulthaniyah* 14, no. 1 (2025): 45–68, <https://doi.org/10.37567/al-sulthaniyah.v14i1.3577>.

islam dengan memperoleh atau melarang hal-hal tertentu. *Maqashid al-syariah* adalah tujuan akhir yang harus dicapai atau dipenuhi oleh syari'ah dan rahasia-rahasia dibalik setiap ketetapan dan ketentuan dalam hukum *syariah islamiyah*, termasuk konsep ilahi dan akhlak yang melandasi proses *at-tasyri' al-islami* seperti prinsip keadilan, kehormatan manusia, kebebasan berkehendak, kesucian, kemudahan, ketidaksetiakawanan, dst.<sup>38</sup>

*Maqasid Syariah* yaitu mendatangkan manfaat dan menolak atau menghilangkan *mafsadah* (kerusakan/kerugian).<sup>39</sup> Konsumsi sangat penting dalam perekonomian karena kehidupan tidak mungkin terjadi tanpa ada konsumsi. Karena itu, kegiatan ekonomi berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan tanggung jawab manusia dalam kehidupan.<sup>40</sup>

Dalam perspektif ekonomi islam, *need* dan *want* merupakan dua hal yang berbeda. Pada dasarnya tujuan pemenuhan dari kebutuhan (*need*) adalah masalah (manfaat secara material, moral dan spiritual).<sup>41</sup> Sedangkan dasar pemenuhannya keinginan (*want*) yaitu nafsu semata, bukan masalah. Oleh karena itu, ada kriteria yang objektif untuk menentukan apakah suatu barang ekonomi memiliki

<sup>38</sup> Muhammad Irkham Firdaus and Jaya Sahputra, "Prinsip Maqasid Ash-Shariah Dalam Konsep Kebutuhan Islam," *Jurnal Tafaqquh* 7, no. 1 (2022): hal 68.

<sup>39</sup> Taofeeq Olamilekan Sanusi, "Maqasid Al-Shariah as an Evaluative Framework for the Digitalisation of Islamic Education," *Permata : Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 1 (2025): 49–63, <https://doi.org/10.47453/permata.v6i1.3114>.

<sup>40</sup> Muhammad Alwi et al., "Konsep Maqasid As Syariah Dalam Perbankan Syariah," *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 7, no. 2 (2022): 56–80, <https://doi.org/10.24256/alw.v7i2.3549>.

<sup>41</sup> Nasruddin Yusuf et al., "Examining the Basis of Maqashid Sharia in Renewal of Islamic Law in Indonesia," *Petita: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah* 9, no. 1 (2024): 357–75, <https://doi.org/10.22373/petita.v9i1.258>.

masalah atau tidak.<sup>42</sup> Sebab itu tidak semua keinginan harus dipenuhi, seorang muslim hanya boleh memenuhi keinginan yang membawa manfaat. Seorang muslim yang mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dapat menghindari sikap israf (berlebih-lebihan), tabzir dan boros.<sup>43</sup>

**Tabel 2.1:** perbedaan kebutuhan dan keinginan

Karakteristik	Kebutuhan	Keinginan
Sumber	Fitrah manusia	Nafsu atau hasrat manusia
Hasil	Manfaat & berkah	Kepuasan
Ukuran	Fungsi	Selera/ preferensi
Sifat	Objektif	Subjektif
Tuntutan islam	dipenuhi	Dibatasi /dikendalikan

Sumber: P3EI UUI 2008

Untuk mencapai tujuan-tujuan syariat imam al-syatibi membagi masalah sebagai intensi kedalam tiga kategori yaitu *daruriyyah* (kebutuhan primer), *hjiyyah* (kebutuhan sekunder), *tahsiniyyah* (kebutuhan komplementer). Ini dilakukan untuk mencapai tujuan syariat.<sup>44</sup> Dalam prinsip dan etika konsumsi Islam menyatakan bahwa dalam upaya menjaga dan memenuhi lima kebutuhan

<sup>42</sup> Rika Widianita Widianita, Ariyun Anisah, and Khadijah Nurani, "Maksimum Masalah Dalam Pengeluaran Konsumsi," *El-Amwal* 4, no. 2 (2021): 1–15, <https://doi.org/10.29103/el-amwal.v4i2.5261>.

<sup>43</sup> Baitul Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)," *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): hal 4–5, <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.

<sup>44</sup> Nibrosun. Nabil and Jojok Dwiridotjahjono, "Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 2 (2024): 2547–62, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i2.6744>.

pokok atau daruriyatul khamzah, orang muslim harus memperhatikan beberapa prioritas yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu:

- a. *daruriyah* adalah suatu yang mutlak, wajib, dan paling dasar bagi setiap orang, yaitu mencakup tereliharanya lima elemen dasar kehidupan yakni jiwa, agama, akal, keturunan dan harta benda. Jika tujuan daruriyah diabaikan maka akan timbul kerusakan (fasad) di dunia dan kerugian di dunia dan akhirat.
- b. *Hajjiyah* adalah syariah memudahkan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Hukum syara' ini untuk memelihara lima pokok untuk menghilangkan kesempitan.
- c. *Tahsiniyah* adalah pelengkap hidup yang akan menyempurnakan kehidupan manusia, karena terdapat dalam syariah yaitu mencapai pemanfaatan yang lebih baik, keindahan dari *daruriyyah* dan *hajjiyyah* misalnya dibolehkannya memakai baju yang nyaman dan indah.<sup>45</sup>

Konsumen muslim dapat mencapai tujuan konsumsi dalam Islam yaitu kebahagiaan dunia akhirat, dengan mengikuti lima prinsip konsumsi yaitu keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Mereka dapat mengontrol perilaku ekonomi mereka untuk tetap sesuai dengan norma dan nilai Islam.

Konsumsi dalam perspektif *Maqashid Syariah* tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pribadi, melainkan juga bertujuan untuk

---

<sup>45</sup> Shinta Ayu Pramesti and Nandang Ihwanudin, "Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah," *MODERATION: Journal of Islamic Studies Review* 1, no. 2 (2021): hal 16, <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/index>.

mencapai kemaslahatan (kebaikan dan manfaat) yang menyeluruh, baik di dunia maupun akhirat. maqashid syariah sendiri Adalah tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh syariat islam. Adal lima tujuan utama (*al-dharuriyat al-khamsah*) yang menjadi dasar dalam setiap aktivitas seorang muslim, termasuk dalam berkonsumsi.<sup>46</sup>

Berikut Adalah indikator yang mencerminkan pemenuhan maqashid syariah:

1. Memelihara agama (*Hifs Ad-din*)

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, martabat manusia bisa meningkat dan manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang dan asa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan dibolehkan selama hal iitu pemenuhan kebtuhan ataupun keinginan dibolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah* ataupun tidak mendatangkan kemudharatan.

2. Memelihara jiwa (*Hifz Al-Nafs*)

Untuk menjaga kehidupan dan Kesehatan. Dalam hal konsumsi, seorang muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan yang bergizi dan tidak membahayakan Kesehatan, seperti menghindari makanan yang beracun atau berlebihan hingga merusak tubuh, konsumsi harus dilakukan secukupnya, tidak berlebihan untuk menjaga keseimbangan dan Kesehatan.

---

<sup>46</sup> Solehuddin Harahap and Arisman, "Maqashid Al-Syari'ah Berdasarkan Kemaslahatan Yang Dipelihara Dalam Hukum Islam," *Jurnal Hukumah: Jurnal Hukum Islam* 6, no. 2 (2023): 37–51, <http://dx.doi.org/10.55403/hukumah.v6i2.577>.

### 3. Memelihara akal (*Hifz al-Aql*)

Memelihara akal yang merupakan karunia besar dari Allah. Konsumsi barang-barang yang dapat merusak akal, seperti minuman keras atau narkoba sangat dilarang dalam Islam. Memelihara akal juga berarti mengonsumsi informasi yang bermanfaat dan tidak menyesatkan.

### 4. Memelihara keturunan (*Hifz al-Nasl*)

Melindungi dan memastikan kelangsungan keturunan yang sah dan baik. Dalam hal konsumsi, ini terkait dengan menjaga kehormatan dan menghindari perbuatan yang merusak garis keturunan, seperti perzinahan atau tindakan lain yang bertentangan dengan prinsip keluarga Islami. Konsumsi yang bijak juga berarti memastikan ketersediaan sumber daya untuk generasi mendatang.

### 5. Menjaga harta (*Hifz al-Mal*)

Seorang muslim harus memperoleh harta dari sumber yang halal dan membelanjakannya, dengan cara yang bijak, tidak boros, atau mubazir. Konsumsi yang berlebihan dan tidak bermanfaat sangat dilarang. Islam mendorong umatnya untuk menabung dan berinvestasi, serta berinfak dan bersedekah, untuk memastikan perputaran harta yang sehat dan bermanfaat bagi seluruh masyarakat.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Said Abadi, "Perlindungan Nasabah Muslim Dalam Transaksi Non-Tunai Perspektif Al-Dharuriyyat Al-Khamsah," *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 2 (2022): 118–38, <https://doi.org/10.37680/ijief.v1i2.1167>.

*Maslahah* yang diperoleh konsumen ketika membeli barang dapat berbentuk berikut ini:

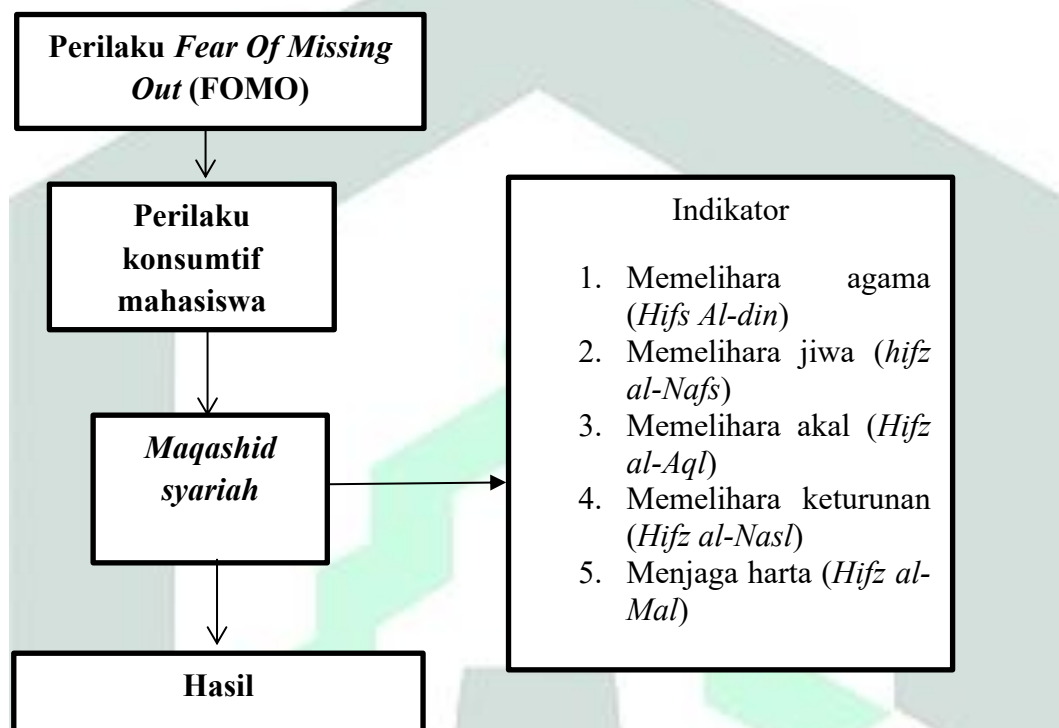
1. Manfaat material, yaitu tambahan harta/kekayaan bagi konsumen sebagai akibat pembelian suatu barang atau jasa. Manfaat material ini bisa berbentuk murahnya harga, terjangkau biaya transportasi, dan semacamnya.
2. Manfaat fisik dan psikis, yaitu terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia sebagai rasa lapar, haus, kesehatan kenyamanan harga diri dan sebagainya.
3. Manfaat intelektual, yaitu terpenuhinya kebutuhan akal manusia ketika individu membeli suatu barang/jasa.
4. Manfaat, terhadap lingkungan (*intra generation*), yaitu adanya eksternalitas positif dari pembelian barang dan jasa atau manfaat yang bisa dirasakan selain pembeli yang generasi yang sama.
5. Manfaat jangka panjang, yaitu terpenuhinya kebutuhan duniawi jangka panjang atau terjaganya ggenerasi masa mendatang terhadap kerugian akibat dari tidak membeli suatu barang atau jasa.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Irwan Misbach, *Ekonomi Syariah*, ed. Haruddin (Makassar, 2020), 127.

### C. Kerangka pikir

Kerangka penelitian adalah mekanisme dari semua penelitian yang dilaksanakan. Penulis akan memberikan ringkasan kerangka penelitian secara menyeluruh konsep atau variabel penelitian. Adapun struktur kerangka penelitian untuk mengerjakan penelitian ini adalah sebagai berikut.



**Gambar 2.2** kerangka pikir

Dari kerangka pikir diatas, FOMO (*Fear of Missing Out*) pada mahasiswa berperan sebagai variable bebas yang mendorong peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Perilaku konsumtif ini kemudian dianalisis dalam *maqashid syariah* (tujuan-tujuan syariat islam), yang berlandaskan pada lima aspek yaitu *hifz ad-din* (memelihara agama), *hifz an-nafs* (memelihara jiwa), *hifz al-aql* (memelihara akal), *hifz al-nasl* (memelihara keturunan) dan *hifz alomal* (memelihara harta).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis penelitian**

Peneliti memakai jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian yang bertujuan memperoleh informasi deskriptif dari partisipan dan lingkungan sekitar melalui wawancara, observasi dan laporan tertulis dan lisan.<sup>49</sup> Metode penelitian ini digunakan untuk memahami lebih mendalam mengenai fenomena atau perilaku yang sedang diteliti. Ini memungkinkan pengungkapan perspektif, pengalaman, motivasi dan konteks yang membentuk realitas.<sup>50</sup>

#### **B. Subjek dan informan penelitian**

Dalam penelitian ini, sumber data secara signifikan mempengaruhi kredibilitas dan hubungan sebab akibat yang digambarkan dalam naskah ilmiah. Sumber data dapat dibagi menjadi dua klasifikasi yang berbeda, khususnya sumber data dapat dibagi menjadi dua klasifikasi yang berbeda, khususnya sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer didefinisikan sebagai sumber data yang diperoleh secara langsung atau melalui pengalaman langsung. Data primer ini biasanya berupa hasil wawancara dengan subjek, hasil angket dan lain sebagainya yang otentik, objektif dan reliable. Sedangkan data sekunder merupakan informasi berupa data yang dikumpulkan melalui sumber-sumber yang sudah ada. Sehingga,

---

<sup>49</sup> Sugiyono, metode penelitian kualitatif, cetakan ketiga, penerbit alfabeta : bandung, hal 9, 2020.

<sup>50</sup> muh rusli fasiha, naidin syamsudin, muhammad nur alam muhajir, muh abdi imam, *Algoritma Publikasi : Panduan Inovatif Menulis Artikel Ilmiah Berkualitas*, pertama (indramayu: PT. Adab Indonesia, 2025), hal 70.

subjek atau informan dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai sumber data primer dalam penelitian ini. Dalam penelitian, subjek adalah orang atau objek yang diamati dan diinginkan untuk mendapatkan keterangan atau informasi darinya menurut idrus. Dari pemaparan diatas, maka dalam penelitian ini subjek atau informan dari individu yang memenuhi kriteria sebagai informan kunci yaitu:

1. Mahasiswa aktif FEBI UIN palopo angkatan 2022 -2023
2. Pernah mengonsumsi sesuatu karena sedang tren dan pengaruh sosial.
3. Mengonsumsi barang atau jasa karna keinginan.

### **C. Waktu dan lokasi penelitian**

Penelitian ini di mulai setelah seminar proposal pada 21 oktober sampai 15 november 2025, penelitian ini dilakukan di kampus FEBI UIN palopo agar peneliti lebih mudah mengumpulkan data dengan efektif dan efisien.

### **D. Teknik pengumpulan data**

1. Keabsahan data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini yaitu triguasi. Triangulasi berusaha untuk meneliti data dan menyandingkannya dengan informasi yang diperoleh dari sumber alternatif. Proses ini terjadi selama berbagai tahap penelitian lapangan, pada interval yang berbeda, dan menggunakan metodologi yang beragam.

Trigulasi dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan pengumpulan sumber data buku, dan karya ilmiah lainnya seperti jurnal, skripsi, tesis, disertasi, artikel ilmiah dan sumber lainnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan trigulasi

sumber yaitu melakukan analisis antara teori satu dengan teori lainnya sehingga mendapat kesimpulan yang relevan dengan pokok pembahasan.<sup>51</sup>

## 2. Analisis data

Untuk menjawab masalah secara empiris untuk sebuah penelitian, diperlukan metode pengumpulan data yang benar dan relevan. Dengan data lain, penelitian akan dapat mengetahui secara langsung dan mendalam tentang fenomena sosial yang terjadi di lapangan yang dapat dianalisis dengan menggunakan teori-teori relevan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berfungsi sebagai alat utama untuk menghasilkan data dengan bertanya, meminta, mendengarkan dan mendapatkan informasi. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan beberapa metode berikut untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.<sup>52</sup>

### a. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data yang melalui metode pengalaman dan pencatatan gejala yang diselidiki. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan metode terstruktur atau non partisipasi.

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* ((yogyakarta): Alfabeta, 2019), hal 67.

<sup>52</sup> Albi anggito, *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan pe (suka bumi, jawa barat: CV jejak, 2018), [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+kualitatif&ots=5IetrwdrFv&sig=FVebaL9q7lmcs4fhJHuYblzAf\\_o&redir\\_esc=y#v=onepage&q=metode+kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+kualitatif&ots=5IetrwdrFv&sig=FVebaL9q7lmcs4fhJHuYblzAf_o&redir_esc=y#v=onepage&q=metode+kualitatif&f=false).

## b. Wawancara

Percakapan yang dilakukan dengan tujuan jelas untuk mengumpulkan data untuk teori wawancara. Metode wawancara digunakan untuk mempelajari persepektif dan pemikiran orang tentang topik yang para akademisi tidak dapat mempelajarinya melalui observasi. Dalam penelitian ini, wawancara semi terstruktur dilakukan ketika semua informasi sudah diketahui sejak awal. Daftar pertanyaan telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti yang melakukan wawancara dengan informan.

## c. Dokumentasi

Suatu bentuk kegiatan yang menyediakan bukti, dokumentasi dapat mencakup karya seperti buku, surat kabar dan tulisan lainnya. Informan yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi berasal dari dokumentasi dan dokumen yang disertakan dengan informasi ini. Dokumen resmi dari sumber terpercaya itulah yang digunakan peneliti, sebelum menggunakan dokumentasi apapun sebagai acuan dalam karya tulis, peneliti dalam penelitian ini mendapat izin dari semua pihak terkait.

## E. Teknik Analisis Data

Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh mencapai tingkat kejenuhan yang cukup, analisis data interaktif memerlukan prosedur yang menyeluruh. Beberapa aktivitas penting dilakukan dalam proses ini.

1. Data *reduction* (reduksi data) adalah data terkumpul disaring dan dipilih untuk mengidentifikasi informasi yang paling penting. Reduksi data yang mencakup catatan hasil observasi lapangan dan dokumentasi berupa informasi yang diberikan oleh subjek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti peneliti dalam hal ini akan dapat mempermudah peneliti terhadap masalah yang akan diteliti.
2. Data *display* (penyajian data) adalah penyajian data, yang melibatkan penyusunan dan penyampaian data dalam format yang mudah dipahami agar pola dan tren penting dapat ditemukan.
3. Penarikan kesimpulan adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang merupakan tahap di mana hasil analisis diuji dan divalidasi untuk memastikan bahwa mereka akurat. Keseluruhan ini dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang data yang diteliti.<sup>53</sup>

## **F. Definisi istilah**

1. FOMO (*Fear of Missing Out*)

*Fear of Missing Out* merupakan suatu perasaan yang dirasakan oleh orang-orang bahwa mereka ketinggalan dalam mengikuti sesuatu yang menguntungkan atau menyenangkan. FOMO adalah akronim dari *fear of missing out*, yang menurut KBBI nine merupakan singkatan dri kombinasi suku kata yang diucapkan dan ditulis dengan cara yang sama seperti kata alami. Istilah ini merujuk pada fenomena psikologi kepribadian seseorang yang menderita

---

<sup>53</sup> saifuddin aswar, *Metode Penelitian*, ed. Haitamy (yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2019), 77.

gangguan mental seperti *anxiety disorder* (gangguan kesehatan mental yang ditandai dengan rasa khawatir, cemas dan takut).<sup>54</sup>

## 2. Konsumsi

Secara umum, konsumsi istilah dari bahasa Inggris, konsumsi dari kata *consumption* yang berarti pemakaian, menggunakan, pemanfaatan, atau pengeluaran. Konsumsi didefinisikan dengan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi keperluan manusia. Sementara pelaku konsumsi atau orang yang memakai barang dan jasa untuk kebutuhannya disebut konsumen.<sup>55</sup>

## 3. *Maqashid Syariah*

*Maqashid Al-Syari'ah* berasal dari kata jamak dari kata Arab "*maqashid*" yang berarti "tujuan" atau sasaran". Jadi, *maqashid al-syari'ah* adalah tujuan syariah secara terminologi. *Maqashid* menjelaskan hikmah di balik aturan syariat Islam, masalah adalah upaya memanfaatkan dan menolak keburukan demi melindungi agama, jiwa, akal, keturunan dan harta benda. Masalah berarti mempertahankan tujuan syaria' dan menolak kerugian. *Maqashid al-syari'ah* juga dianggap sebagai sejumlah tujuan yang baik yang diusahakan oleh syariah Islam dengan memperoleh atau melarang hal-hal tertentu. *Maqashid al-syariah* adalah

---

<sup>54</sup> Michael Fumar et al., "The Influence of Fear of Missing Out (FOMO), Sales Promotion, and Emotional Motive Mediated Self-Control on Impulsive Buying for Hypebeast Products," *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 6, no. 3 (2023): hal 365, <http://jurnal.unsyiah.ac.id/riwayat/>.

<sup>55</sup> Ahmand Zaki dan Diyan Yusri, "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmu Pendidikan* 7, no. 2 (2020): hal 37

tujuan akhir yang harus dicapai atau dipenuhi oleh syari'ah dan rahasia-rahasia dibalik setiap ketentuan dan ketentuan dalam hukum *syariah islamiyah*.<sup>56</sup>



---

<sup>56</sup> mustafa edwin nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, bk. hal 63.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Lokasi Penelitian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo didirikan pada tahun 2014 setelah diterbitkan surat Keputusan nomor 11 tahun 2014 yang berubah status STAIN menjadi IAIN dan kemudian pada tahun 2025 menjadi UIN Palopo. Peralihan status ini secara resmi disahkan pada 3 Oktober 2025, menjadi tonggak pembentukan Fakultas Ekonomi Islam Dan Bisnis. Awalnya sejak awal, fakultas menawarkan dua program akademik, khususnya ekonomi syariah dan perbankan syariah. Seiring berjalannya waktu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semakin berkembang menjadi empat program studi yaitu ekonomi syariah, perbankan syariah, manajemen bisnis syariah, dan akuntansi syariah. Fakultas ini semakin menarik minat banyak calon mahasiswa, baik dari wilayah palopo maupun dari luar daerah.

Pada tahun 2022, fakultas ekonomi dan bisnis islam meluncurkan program studi baru yaitu akuntansi syariah hingga kini fakultas ekonomi dan bisnis islam memiliki empat program studi. Minat mahasiswa pada keempat program studi tersebut cukup tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya pendaftaran setiap tahunnya.

Fakultas ekonomi dan bisnis islam memiliki visi dan misi yang menjadi tujuannya. Visi dan misi tersebut Adalah sebagai berikut.

a. Visi

“unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis islam sebagai pajung peradaban”

b. Misi

- 1) Meningkatkan koordinasi dan Kerjasama untuk penguatan kelembagaan antar Lembaga internal dan eksternal serta Masyarakat lokal sekitar.
- 2) Mengembangkan dan menyebarkan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis islam dengan jiwa *entrepreneur* dan nilai-nilai kearifan lokal Masyarakat sekitar
- 3) Menyelenggarakan kegiatan tridarma perguruan tinggi berbasis ekonomi islam dengan merefleksikan integrasi keilmuan yang bermutu.
- 4) Merekomendasikan pemimpin syar’I berwawasan ekonomi dan bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial dan mampu menghadapi tantangan global.

2. Struktur organisasi



Gambar 2: struktur organisasi kampus FEBI UIN Palopo

### 3. Karakteristik Informan

Informan dalam penelitian ini Adalah 9 orang mahasiswa diberbagai program studi yang ada di FEBI UIN Palopo yang telah ditetapkan sebagai populasi.

Mahasiswa yang menjadi informan sebagai berikut:

No	Nama	Program studi	Umur
1.	Juliasmita	Ekonomi syariah	21
2.	Raodah	Ekonomi syariah	22
3	Nurhafida	Ekonomi syariah	21
4	Nabila fajerin	Perbankan syariah	21
5	Thea Aprilya Hasbi	Perbankan syariah	20
6	Nur naila	Akuntansi syariah	20
7	Asrita dalle	Akuntansi syariah	20
8	Mutiara hikmah	Manajemen bisnis syariah	20
9	Magfirah faizah	Manajemen bisnis syariah	21

Tabel 4.1: Data informan

## B. Hasil Penelitian

### 1. Bentuk Perilaku Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang Dipengaruhi oleh *Fear of Missing Out*

*Fear of Missing Out* Adalah kecemasan atau kekhawatiran seseorang akan tertinggal dari pengalaman menyenangkan atau berharga yang dialami orang lain, terutama akibat paparan media sosial. FoMO telah menjadi isu psikologis yang signifikan di era digital, memengaruhi perilaku, kesejahteraan, dan Keputusan

konsumsi individu. Sehingga mendorong individu untuk terus terhubung dengan media sosial dan membandingkan diri dengan orang lain, FoMO juga dikaitkan dengan kebutuhan untuk merasa diterima dan terhubung secara sosial. FoMO memperkuat penggunaan media sosial secara kompulsif, menyebabkan kelelahan digital dan kecanduan. Menunjukkan bahwa perilaku FoMO yang paling dominan di kalangan mahasiswa FEBI UIN palopo untuk selalu terkoneksi dan kecenderungan untuk mengikuti tren demi validasi sosial. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dari Nabila Fajerin mahasiswa perbankan syariah semester 7.

“saya sering merasa cemas kalau semisal *to kak* pegang *mka* hp lebih dari satu jam. Bukan karena ada urusan penting tapi karena takut tertinggal informasi atau update tren dari teman-teman *ku. kayak* seperti ada yang kurang, jadi biasanya saya membuka media sosial seperti Instagram hanya untuk *scrolling*”<sup>57</sup>

Pernyataan yang sama oleh saudari juliasmita mahasiswa semester 7 ekonomi syariah dalam wawancara mengatakan bahwa:

“bisa itu *nh* buat *ka kayak* takut *ka* ketinggalan, jadi kadang juga jadi kefikiran terus *ka* sama produk yang mau *sa* beli, *nh itumi* juga karena FoMO *ka* itu perencanaan keuanganku dari awal itu mau jika tabung jadi simpananku malah *sa* belikan *ji* karena ikut-ikutan *ka*”<sup>58</sup>

Sedangkan Asrita dalle mahasiswi program studi akuntansi syariah semester 5 mengatakan bahwa:

“penting sekali saya rasa untuk aktif di media sosial untuk mengetahui update-update terbaru tapi tidak begitu cemas kalau tidak aktif seharian karena bisa tahu update terbaru dari teman-teman”<sup>59</sup>

Berdasarkan informan diatas kita dapat menyimpulkan bahwasanya bentuk perilaku *fear of missing out* yang mereka rasakan yaitu kecemasan dalam perilaku

<sup>57</sup> Nabila Fajerin, mahasiswi perbankan syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>58</sup> Juliasmita, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>59</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, *wawancara*, 23 oktober 2025

konsumtif *scrolling* di media sosial yang digunakan tanpa tujuan jelas selain untuk menghibur diri atau menghilangkan kegelisahan. Sedangkan pernyataan dari beberapa mahasiswa mengatakan hal yang sama terkait dengan bentuk perilaku FoMO yang mereka rasakan. Saudari raodah mahasiswa semester 7 ekonomi syariah mengatakan bahwa:

“saya selalu membuka sosial media setiap hari karena takut ketinggalan info penting karena saya rasa cukup penting untuk selalu update dengan tren terbaru, saya merasa ketinggalan ketika belum mengikuti tren yang ada contohnya pada saat trend menggunakan jilbab Rabbani saya tertarik untuk menggunakannya juga”<sup>60</sup>

Adapun pernyataan yang dikatakan oleh Thea Aprilya Hasbi mahasiswi program studi perbankan syariah semester 7 mengatakan bahwa :

“saya pernah merasa khawatir akan ketinggalan tren, paling sering *ku* alami ketika saya menemukan sesuatu yang baru di platform media sosial, baik itu model pakaian baru yang lagi tren atau jenis-jenis makanan yang baru dan mendadak populer disitu saya merasakan dampaknya. Kalau banyak juga teman-teman *ku* yang bicarakan hal itu jadi ikut *ka* juga rasakan hal itu.”<sup>61</sup>

Adapun hal serupa yang dikatakan oleh Nur Naila mahasiswa semester 5 program studi akuntansi syariah bahwa

“FoMO *nha* buat *ka* cepat membeli tidak *ku* pikir Panjang karena tertarik *ka* sama yang *ku mau*, kadang juga beli *ka* barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan cuman karena tren jadi *ku* beli mi terutama saat tren pakaian baru muncul, biasanya langsung *ku* beli tanpa *ku* bandingkan *mi* harga di tempat lain atau *platform* belanja *online*”<sup>62</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh Nurhafida semester 7 program studi ekonomi syariah bahwa.

“iya pernah *ka* rasa khawatir ketinggalan lumayan sering muncul, terutama kalau ada yang baru seperti iphone seri terbaru. takut dianggap tidak *up to date* kalau tidak langsung *ku* beli. Tapi *ku* pikir juga keterbatasan dana yang *ku* punya, jadi kadang *ku* tunda atau batalka membeli”<sup>63</sup>

<sup>60</sup> Raodah, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>61</sup> Thea Aprilya Hasbi, mahasiswi perbankan syariah, *wawancara*, 23 oktober 2025

<sup>62</sup> Nur Naila, mahasiswi akuntansi syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>63</sup> Nurhafida, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 27 oktober 2025

Hal ini dikemukakan oleh Mutiara hikmah program studi manajemen syariah semester 7 yaitu

“sering *ka* rasa cemas Kalau muncul tempat healing atau cafe baru yang *aesthetic* di palopo. Apa lagi kalau banyak *mi* teman-temanku story. *Ku* rasa kalau tidak ke sana *ka* kayak ketinggalan *ji ka*, tapi masih bisa *ji ka* untuk prioritaskan kebutuhan *ku*”<sup>64</sup>

Begitupun yang di katakan magfirah Faizah mahasiswa program studi manajemen bisnis bahwa

“lumayan sering *ka* beli barang-barang yang viral, kayak skincare begitu atau outfit yang lewat biasa di beranda *ku*. Padahal *to* belum tentu cocok *ka* juga tapi karena penasaran dan sempat bagus *ji* juga *ku* pake makanya *ku* beli, jadi *kek* boros sekali *ka ku* rasa *kak*”<sup>65</sup>

Dari semua pernyataan yang telah dikemukakan oleh 9 informan, perilaku mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dipengaruhi oleh Tindakan konsumsi *impulsive* yang secara fundamental berasal dari kecemasan sosial di era digital. Mahasiswa ini mengalami dorongan untuk tetap terlibat terus-menerus dengan platform media sosial dan untuk tetap mengikuti tren yang berlaku. Dengan demikian, FoMO menyebabkan mahasiswa mendahulukan mahasiswa mendahulukan kepuasan emosional dan citra diri yang didorong oleh tren, alih-alih kebutuhan fungsional atau rasionalitas finansial.

## **2. Tinjauan *Maqashid Syariah* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Yang Pengaruhi Oleh FoMO**

Dalam penelitian ini terdapat 9 orang informan, yang memiliki perilaku *Fear of Missing Out* di FEBI UIN Palopo. Berdasarkan hasil wawancara dari

<sup>64</sup> Mutiara hikmah, mahasiswi manajemen syariah, *wawancara*, 29 oktober 2025

<sup>65</sup> Magfirah Faizah, mahasiswi manajemen syariah, *wawancara*, 24 november 2025

beberapa sumber dalam tinjauan *maqashid syariah* (tujuan hukum islam) dalam konsumsi mahasiswa. Hasil wawancara yang dikelompokkan berdasarkan lima dimensi *maqashid syariah* (*hifz ad-din* (memelihara agama), *hifz an-nafs* (memelihara jiwa), *hifz al-aql* (memelihara akal), *hifz al-mal* (memelihara harta) dan *hifz an-nasl* (memelihara keturunan). Berikut dari pernyataan-pernyataan dari beberapa mahasiswa.

#### a. *Hifz Ad-Din* (memelihara agama)

berdasarkan *hifz ad-din* (memelihara agama), yang menekankan pada perlindungan ketaatan, ibadah dan nilai-nilai spiritualitas dari segala bentuk gangguan. maka kita melihat sejauh mana dorongan konsumsi akibat FoMO memengaruhi prioritas ibadah mahasiswa serta kualitas spiritual dalam memilih produk. Berdasarkan hasil wawancara maka peneliti memperoleh data sebagai berikut. Menurut Nabila Fajerin mahasiswa perbankan syariah semester 7 mengatakan bahwa:

“pernah itu lalai ka dari kewajiban, terutama kalau diluar ka kayak di tempat nongkrong atau *coffe shop* kadang lupa waktu sholat ka dan ku tunda-tunda mi waktu sholat ka jadi to ku jamak misalnya sholat dzuhur sama sholat asar. Saya juga pernah juga itu beli produk *fashion* sama *skincare* yang viral di Tiktok, *biasa itu* tidak terlalu perhatikan sertifikat halal yang dimiliki tapi lebih ku percaya *review* orang-orang dibandingkan sama sertifikat halal yang *nha* miliki.”<sup>66</sup>

Adapun pernyataan tersebut juga telah dikemukakan Asrita dalle mahasiswi program studi akuntansi syariah semester 5 mengatakan bahwa

“tidak pernah ka sampai tinggalkan kewajiban ku, tapi kualitas ibadah ku pasti terganggu kalau kumpul ka sama teman-teman diluar, kalau mau ka

<sup>66</sup> Nabila Fajerin, mahasiswi perbankan syariah, wawancara, 22 oktober 2025

sholat *kayak* terburu-buru, jadi kadang *ku* beli produk terutama barang-barang fashion jadi tidak terlalu cek detail proses produksinya. Kalau untuk makanan dan minuman *ku* pastikan dulu haram atau tidak”<sup>67</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh Mutiara hikma semester 5 program studi manajemen syariah bahwa

“kadang *ku* beli makanan atau minuman yang viral, tapi tidak *terlalu ku* fikir bagaimana bahan atau cara penyajiannya, karena ke inginan *ku* lebih besar. Tapi sebenarnya tidak terlalu *ku* suka karena penasaran makanya *ku* beli”<sup>68</sup>

Dengan melihat ketiga pernyataan yang telah dikemukakan oleh mahasiswa, kita dapat menyimpulkan bahwa perilaku *Fear of Missing Out* memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap Upaya mahasiswa dalam memelihara agama (*Hifz Ad-din*), gangguan terhadap kualitas ibadah (sholat) terpengaruh karena FoMO menyebabkan kelalaian, penundaan, dan perasaan terburu-buru saat kumpul atau mengikuti tren sosial. Dalam konsumsi produk viral (*fashion, skincare, makanan/minuman*), FoMO bertindak sebagai *mafsadah* (penghalang) terhadap *maslahah* (kebaikan) karena memindahkan fokus prioritas dari kewajiban agama dalam tekanan tren dan konsumsi.

Adapun pernyataan tersebut juga telah dikemukakan oleh Juliasmita mahasiswa ekonomi syariah semester 7 mengemukakan bahwa

“lebih *ku* utamakan *ji* ibadah terutama sholat tapi paling sering kasi lalai *ka* kalau nonton *live* tiktok *ka* apalagi kalau barang diskon jadi biasa langsung mau *ka* beli terutama barang atau produk yang *ku* incar karena takut *ka* habis stoknya. Jadi tidak langsung *log out* untuk sholat sebentar.”<sup>69</sup>

<sup>67</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>68</sup> Mutiara hikmah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 29 oktober 2025

<sup>69</sup> Juliasmita, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

Adapun pernyataan tersebut juga telah dikemukakan Nur Naila mahasiswa program studi akuntansi syariah semester 5 mengatakan bahwa

“dorongan untuk dapat diskon besar-besaran *nah* buat *ka mau* terus nonton *live* di *platform* belanja online. Karena fokus *ka* cari promo, *ku akui* kadang kadang lalai *ka* kewajiban. Walaupun niat *ku* tetap mau utamakan kewajiban agama, tapi kenyataannya, dorongan FOMO untuk diskon, jadi *nah* buat *ka* tunda kewajiban lagi”<sup>70</sup>

Hal yang sama di katakan oleh Saudari Raodah mahasiswa semester 7

ekonomi syariah mengatakan bahwa :

“tidak pernah *ka* lalai dalam kewajiban. Tapi sadar *ka* kalau lagi *scrolling* IG atau Tiktok karena takut *jika* ketinggalan info, waktu sholat *ku* sering diundur atau jadi terburu-buru *ka*. Biasanya juga setelah sholat pikiran *ku* langsung hp. Jadi merasa sholat *ku* tidak khusyuk. Dan juga untuk pembelian pakaian juga kadang ikut-ikutan teman karena banyak yang pakai”<sup>71</sup>

Sedangkan Thea Aprilya Hasbi mahasiswa program studi perbankan syariah semester 7 mengatakan bahwa

“saya kadang lalai dalam sholat terutama kalau pegang *mika* hp, untuk *scrolling*, atau untuk belanja online terutama kalau tanggal kembar seperti 11.11 itu banyak promo di platform belanja online”<sup>72</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh Nurhafida semester 7 program studi ekonomi syariah bahwa.

“Kalau kumpul *ka* sama teman-teman *ku* atau di tempat nongkrong, sering *ka* tunda waktu sholat *ku*. Apalagi kalau seru pembahasannya. kadang juga kalau berburu diskon produk barang yang lagi tren biasanya cari informasi tentang produk itu.”<sup>73</sup>

Pernyataan yang sama dikemukakan oleh Saudari Magfirah Faizah program studi manajemen bisnis syariah bahwa

<sup>70</sup> Nur Naila, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>71</sup> Raodah, mahasiswa ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>72</sup> Thea Aprilya Hasbi, mahasiswa perbankan syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>73</sup> Nurhafida, mahasiswa ekonomi syariah, wawancara, 27 oktober 2025

“kalau ada diskon biasa *itu*, apa lagi diskon besar atau viral, kadang langsung cek harga *ka* di shoppe atau tiktok shop dan kadang itu nonton live *ka* lama biar dapat diskon jadi kadang lewat mi waktu sholat”<sup>74</sup>

Dari semua pernyataan yang telah dikemukakan oleh ke 9 informan.

Dalam analisis *maqashidd syariah hifz ad-din* (memelihara agama) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dipengaruhi oleh FoMO memiliki dampak negatif karena FoMO menjadi *mafsadah* (kerusakan) yang menghalangi tercapainya *masalah* primer atau kebutuhan primer.

#### **b. Hifz Al-Nafs (memelihara jiwa)**

*Nifz an-nafs* (memelihara jiwa atau diri) dalam maqashid syariah tidak hanya mencakup perlindungan fisik, tetapi juga kesejahteraan mental dan emosional untuk memenuhi standar pergaulan, dan bagaimana Keputusan konsumsi memengaruhi rasa Syukur serta keseimbangan hidup mereka sebagai mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara maka peneliti memperoleh data sebagai berikut. Menurut Juliasmita mahasiswa ekonomi syariah semester 7 mengatakan bahwa :

“FoMO kadang buat *ka* merasa cemas karena takut tertinggal dari orang lain kalau ku liat *story* atau postingan dari teman-teman, biasanya *ku* bandingkan diri *ku* sendiri, itu bikin *ka* sedikit cemas jadi itu kayak tidak puas *ka* sama apa yang *ku* punya”<sup>75</sup>

Adapun pernyataan yang sama yang dikemukakan oleh Raodah mahasiswa program studi ekonomi syariah semester 7 bahwa

<sup>74</sup> Magfirah Faizah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 24 november 2025

<sup>75</sup> Juliasmita, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

“awalnya Bahagia tapi setelah itu cemas karena uang *ku* terbuang sia-sia, karena awalnya beli ka barang yang banyak nha *review* orang bagus”<sup>76</sup>

Sedangkan pernyataan ini juga dikemukakan oleh nabilla fajerin program studi perbankan syariah semester 7 bahwa

“cemas dikarenakan kehabisan dana dan *nh bikin ka* jadi kepikiran sama barang yang tren yang hits, karena terlalu *ku* pikirkan terus-menerus tentang tren itu makanya tidak berfikir Panjang untuk beli barang itu”<sup>77</sup>

Dengan melihat ketiga pernyataan yang telah dikemukakan FoMO memicu rasa cemas dan memiliki rasa tidak puas. Kecemasan ini mendorong mereka untuk membeli barang yang tidak penting agar tidak ketinggalan tren. Walaupun ada rasa senang sebentar setelah membeli sehingga bisa mempengaruhi jiwa seseorang dari *Maqashid Syariah* itu sendiri yaitu *Hifz An-Nafz*. Berbeda dengan saudari nurhafida mahasiswa program studi perbankan syariah mengatakan bahwa

“kalau belanja *online* karena fomo dan barang itu lucu, sesuai *ji* sama ekspektasi *ku* rasanya Bahagia, saat itu sudah terpenuhi tapi karena sedikit *mija* orang yang pakai itu barang, merasa cukup menyesal *ka* terlalu *ku* ikuti keinginan *ku*”<sup>78</sup>

Adapun pernyataan sama dikemukakan oleh thea aprilya hasbi mahasiswa program studi perbankan syariah bahwa

“FoMO konsumsi membuat saya lebih banyak merasakan Bahagia, Kalau keinginan *ta kayak* makanan dan makanan tersebut memenuhi ekspektasi kita, baik dari segi rasa maupun harga yang *affordable*”.<sup>79</sup>

Berbeda dengan pernyataan saudari nur Naila program studi akuntansi syariah bahwa

<sup>76</sup> Raodah, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>77</sup> Nabila Fajerin, mahasiswi perbankan syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>78</sup> Nurhafida, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 27 oktober 2025

<sup>79</sup> Thea Aprilya Hasbi, mahasiswi perbankan syariah, *wawancara*, 23 oktober 2025

“kadang merasa Bahagia atau senang sesaat *tapi* setelahnya itu saya merasa cemas karena tidak bisa *ka* atur keuangan *ku* karena saya sendiri jujur sulit untuk *mau* kontrol dan menjadikan tren sebagai tekanan bagi diri sendiri.”<sup>80</sup>

Begitupun yang dikatakan oleh asrita dalle program studi akuntansi syariah bahwa

“tergantung apabila konsumsi FoMO saya merasa Bahagia ketika saya puas misalnya membeli *ka* barang sesuai dengan sama selera *ku*, dan juga *review* orang-orang itu memang betul sesuai dengan apa yang saya inginkan”<sup>81</sup>

Adapun pertanyaan yang dikemukakan oleh saudari magfirah Faizah program studi manajemen bisnis syariah bahwa

“lebih banyak *ka* habiskan waktu di media sosial, mungkin bisa dibilang hampir tiap jam terutama Instagram, karena ada sedikit rasa khawatir *ku* ketinggalan jadi kadang itu kurang percaya diri *ka*”<sup>82</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh Mutiara hikma program studi manajemen syariah bahwa

“Bahagia karena membuat saya puas dengan apa yang akan saya miliki nantinya, terutama barang-barang yang menurut orang memang bagus apalagi barang yang memang *ku* butuhkan nantinya”.<sup>83</sup>

Pernyataan-pernyataan tersebut dapat menyimpulkan bahwa perilaku FoMO dalam konsumsi berhubungan erat dengan aspek *hifz an-nafs* (memelihara jiwa). Para informan menunjukkan bahwa FoMO sering menimbulkan perasaan cemas, tidak puas dan penyesalan setelah mengikuti tren yang menunjukkan adanya gangguan pada ketenangan jiwa. Namun di sisi lain, FoMO juga dapat

<sup>80</sup> Nur Naila, mahasiswi akuntansi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>81</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>82</sup> Magfirah Faizah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 24 november 2025

<sup>83</sup> Mutiara hikmah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 29 oktober 2025

memberikan kebahagiaan sementara Ketika keinginan terpenuhi. Hal ini menggambarkan bahwa pemeliharaan jiwa belum seimbang, karena kebahagiaan yang dirasakan bersifat sesaat. Dengan demikian dalam konsumsi aspek *hifz an-nafs* jika tidak diiringi dengan pengendalian diri bisa terjadi kecemasan dan tekanan batin.

### c. *Hifz Al-Aql* (memelihara akal)

*Maqashid syariah* menekankan pentingnya penggunaan akal sehat dalam setiap Tindakan, termasuk dalam pengambilan Keputusan saat membeli produk. Pemeliharaan akal ini berarti menjaga agar seseorang tetap rasional, tidak terbawa emosi, serta mampu mempertimbangkan manfaat dan mudarat sebelum melakukan pembelian. Hasil wawancara berikut menunjukkan yaitu saudari juliasmita mahasiswa ekonomi syariah program studi ekonomi syariah bahwa

“bisa itu *nh* buat *ka* kayak takut *ka* ketinggalan, jadi kadang juga jadi kefikiran terus *ka* sama produk yang mau *sa* beli, *nh* itumi juga karena FoMO *ka* itu perencanaan keuanganku dari awal itu mau jika tabung jadi simpananku malah *sa* belikan *ji* karena ikut-ikutan *ka*”<sup>84</sup>

Adapun pernyataan yang sama oleh saudari raodah mahasiswa program studi ekonomi syariah mengatakan bahwa

“sering itu bikin *ka* tidak berfikir kalau membeli karena terpengaruh *ka* sama teman-teman *ku* jadi langsung *ku* beli tidak *ku* pertimbangkan dulu, untuk perencanaan keuanganku itu *nh* pengaruhi juga sama prioritas yang mau *ku* beli dulu, padahal *ku* rencanakan *mi* biasa dari jauh-jauh hari.”<sup>85</sup>

Sedangkan pernyataan yang dikemukakan oleh saudari nurhafida mahasiswa ekonomi syariah bahwa

<sup>84</sup> Juliasmita, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>85</sup> Raodah, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

“sulit *ka* berfikir mana yang lebih bagus karna biasa butuh pertimbangan *ka* juga mau membeli berpengaruh juga sama keuangan *ku* punya karena biasa *ku* pikir terus kalau tidak langsung *ku* beli itu barang yang *ku* mau”<sup>86</sup>

Pernyataan yang sama dikemukakan oleh saudari nabila fajerin mahasiswa program studi perbankan syariah

“lumayan sulit untuk berfikir rasional karena biasa mau *mka* beli itu barang yang *mau ku* beli sama temanku tapi *ku* pikir Kembali keuangan yang *ku* punya saya tabung *mi* untuk barang yang mau beli tapi tidak jadi Kembali”<sup>87</sup>

Berbeda dengan thea aprilya hasbi mahasiswa program studi perbankan syariah mengatakan bahwa

“Awalnya *ku* ikuti *ji* itu alur tren yang berkembang sekarang selalu sulit, jadi sampai sekarang selalu belajar dan memperbaiki kesalahan *ku* dalam bertindak atau memutuskan sesuatu. Jadi sampai sekarang bisa mika berfikir rasional dan mengontrol keinginan *ku*.”<sup>88</sup>

Adapun pernyataan yang sama dikemukakan oleh saudari nur naila mahasiswa program studi akuntansi syariah bahwa

“FoMO bisa *nha* buat *ka* membeli tanpa berfikir Panjang kayak semisal baju-baju-baju rajut atau mungkin jilbab yang banyak orang pakai jadi ikut tertarik *mka* juga walaupun ada *mi* warna kerudung itu yang punya”<sup>89</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh saudari magfirah Faizah mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah bahwa

“saya sering terburu-buru mengambil keputusan, misalnya langsung membeli barang tanpa cari tahu dulu apa kandungan *skincare* tersebut tapi karena banyak *ji* yang pakai”<sup>90</sup>

<sup>86</sup> Nurhafida, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 27 oktober 2025

<sup>87</sup> Nabila Fajerin, mahasiswi perbankan syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>88</sup> Thea Aprilya Hasbi, mahasiswi perbankan syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>89</sup> Nur naila, mahasiswi akuntansi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>90</sup> Magfirah Faizah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 24 november 2025

Adapun pernyataan yang sama yang dikemukakan oleh asrita dalle mahasiswa program studi akuntansi syariah mengatakan bahwa

“saya mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang mau *ku* beli karena FoMO *ka* itu berguna jika nanti atau tidak kedepannya, tetapi disisi lain saya kadang membeli barang tersebut hanya karena sedang tren jadi kadang berfikir *ka* untuk jadi beli atau tidak”<sup>91</sup>

Sedangkan pernyataan tersebut juga dikemukakan oleh saudari Mutiara hikmah program studi manajemen syariah bahwa

“kalau saya tidak terlalu *ku* fikir *ji* itu kak, karena kalau beli barang itu yang betul-betul *ku* butuhkan. Karena *ku* fikir juga kalau ikut-ikutan terus *ka* karena keinginan *ku* *ji* biasa menyesal *ka* nanti”<sup>92</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa FoMO memengaruhi *hifz al-aql* (memelihara akal) karena membuat informan sulit berfikir rasional saat membeli produk. Banyak yang menyadari membeli karena ikut tren atau pengaruh dari teman tanpa pertimbangan matang. Namun, Sebagian mulai belajar mengendalikan diri dan berfikir lebih bijak sebelum membeli, sebagai bentuk upaya menjaga akal agar tetap seimbang dalam berfikir.

#### **d. *Hifz Al-Mal* (memelihara harta)**

Dalam *maqashid syariah*, *hifz al-mal* menekankan pentingnya menjaga, mengelola dan menggunakan harta dengan cara yang bijak dan sesuai dengan prinsip syariah islam. Nilai ini menjadi dasar bagi individu dalam melakukan kegiatan ekonomi, termasuk dalam perilaku konsumsi, agar tidak masuk pada sikap boros, berlebihan atau pemborosan yang tidak bermanfaat. Berikut hasil

<sup>91</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>92</sup> Mutiara hikmah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 29 oktober 2025

wawancara dalam perilaku informan terkait Keputusan pembelian produk. saudari juliasmita mahasiswa ekonomi syariah program studi ekonomi syariah bahwa

“FoMO itu sangat *nh* pengaruhi pengelolaan keuangan *ku*, bisa jadi boros *ka* karena terlalu *ku turuti* kemauan *ku*. Padahal sudah saya rencanakan yang betul-betul *ku* butuhkan, terutama saat ikut sama teman-teman diluar jadi saya ikut belanja juga”<sup>93</sup>

Adapun pernyataan yang sama oleh saudari raodah mahasiswa program studi ekonomi syariah mengatakan bahwa

“pernah *ku* rasa boros sekali gara-gara belanja *online* itu apalagi kalau soal tren *fashion* dan ikut tren teman *ku* juga biasa padahal itu biasa barang jarang *ji ku* pakai. Tapi dari situ *sadar* kalau memang saya boros terkait keuangan tapi juga tidak bisa menahan diri.”<sup>94</sup>

Hal yang sama dikemukakan oleh saudari nurhafida mahasiswa program studi ekonomi syariah mengatakan bahwa

“untuk boros bisa di bilang lumayan sering karena kadang saya membeli barang tapi tidak menanyakan dulu harganya berapa makanya *sa* rasa boros banget *ka* apalagi kalau barang yang *ku* beli itu tren saat itu juga harusnya itu tanyakan dulu sebelum *ku* bayar”<sup>95</sup>

Adapun pernyataan yang sama oleh saudari nabila fajerin mahasiswa program studi perbankan syariah mengatakan bahwa

“lumayan boros apalagi kalau *fashion* yang *ku* suka sekali, biasa itu langsung tertarik untuk *ku* apa lagi lewat di fyp atau lagi viral”<sup>96</sup>

<sup>93</sup> Juliasmita, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>94</sup> Raodah, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>95</sup> Nurhafida, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 27 oktober 2025

<sup>96</sup> Nabila Fajerin, mahasiswi perbankan syariah, wawancara, 22 oktober 2025

Berbeda dengan thea aprilya hasbi mahasiswa program studi perbankan syariah mengatakan bahwa

“sangat sering merasa boros saat ada tren baru muncul saya merasa ada dorongan untuk membeli atau segera memilikinya tapi ku lihat fungsinya kedepannya apakah berguna nanti atau tidak”<sup>97</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas, disimpulkan bahwa FoMO berpengaruh terhadap aspek *hifz al-mal* (memelihara harta) karena membuat informan lebih boros dan kurang mampu mengendalikan pengeluarannya.

Adapun pernyataan yang sama dengan nur Naila mahasiswa program studi akuntansi syariah mengatakan bahwa

“FoMO *nha ka* kadang kurang bijak mengatur keuangan karena gampang tergoda sama *review* di media sosial misalnya ada *influencer* pakai produk tertentu, jadi kayak mau *ka* punya *juga*, itu menurut *ku* boros karena produk itu biasa cuman satu kali pakai”<sup>98</sup>

Hal yang sama dikemukakan oleh magfirah Faizah mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah bahwa

“kalau ada promo besar-besaran di di *e-commerce*, jadi biasa langsung *ku* beli tanpa *ku* pikir Panjang, padahal barang yang tidak terlalu *ku* butuhkan. Jadi boros sekali *ka ku* rasa”<sup>99</sup>

Adapun Kesimpulan dari kedua informan diatas mereka mudah tergoda oleh tren dan influencer sehingga menjadi boros dan kurang bijak mengatur keuangan.

Berbeda dengan asrita dalle mahasiswa program studi akuntansi syariah mengatakan bahwa

<sup>97</sup> Thea Aprilya Hasbi, mahasiswi perbankan syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>98</sup> Nur Naila, mahasiswi akuntansi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>99</sup> Magfirah Faizah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 24 november 2025

“saya selalu berusaha mengatur uang bulanan saya, baik untuk kebutuhan kuliah maupun sehari-hari, saya tidak terlalu boros hanya untuk ikut-ikutan karena saya memikirkan kebutuhan yang memang saya dahulukan”<sup>100</sup>

Adapun pernyataan yang sama oleh saudari Mutiara hikmah mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah mengatakan bahwa

“FoMO itu sangat berpengaruh sama karena tren-tren yang ada mungkin bisa dibilang saya jarang membeli apalagi boros karena hanya ikut produk yang lagi viral karena mempertimbangkan apa yang menjadi prioritas ku kak”<sup>101</sup>

#### e. *Hifz Al-Nasl* (memelihara keturunan)

Nilai ini menekankan pentingnya menjaga kehormatan diri dan membentuk generasi yang berakhlak baik. Prinsip *hifz al-nasl* juga tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari, termasuk dalam Keputusan pembelian. Berikut hasil wawancara dari informan penelitian.

Adapun pernyataan yang dikemukakan oleh mahasiswa Julismita program studi ekonomi syariah mengemukakan bahwa

“terkadang saya ikut penasaran kalau lihat story teman-teman terkait barang yang viral, ku pikirkan itu ada sertifikat halalnya atau tidak, tapi disitu sadar jika harusnya lebih hati-hati karena kalau dikonsumsi terlalu berlebihan dan tidak mengetahui asal-usulnya nanti bahaya juga sama diri ta sendiri”<sup>102</sup>

pernyataan yang dikemukakan sama oleh saudari Raodah program studi ekonomi syariah bahwa

“biasa terpengaruh dengan teman-teman *ku* biasa itu kayak tren fashion karena jujur kepikiran ka mau beli barang itu, jadi kadang boros ka cuman

<sup>100</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>101</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>102</sup> Juliasmita, mahasiswi ekonomi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

untuk ikut-ikutan teman. Kalau dipikir-pikir Cuma buang-buang uang, itu tidak sejalan dengan menjaga keturunan yang diajarkan dalam islam makanya usaha ka untuk kurangi perilaku *ku* yang begitu”<sup>103</sup>

Sama halnya pernyataan yang dikemukakan oleh saudari nurhafida program studi ekonomi syariah bahwa

“saya biasanya beli produk yang lewat di aplikasi tiktok *shop* apalagi *skincare* yang viral biasa langsung *ku* beli kalau memang tertarik *ka* dan lupa cek kandungannya jadi iritasi kulit *ku* biasa. Makanya dari situ belajar *ka* untuk lebih hati-hati lagi karena bisa rusak tubuh untuk kedepannya.”<sup>104</sup>

Adapun pernyataan yang dikemukakan oleh saudari nabila fajerin program studi perbankan syariah bahwa

“saya pernah FoMO ikut tren membeli minuman yang dijual di kafe baru, padahal bisa dibilang harganya lumayan mahal, padahal itu biar bisa *ku* jadikan story dimedsos. Tapi sadar ka kalau ikut-ikutan itu bisa nh pengaruhi keturuna baik itu adek *ku* ataupun orang lain”<sup>105</sup>

Adapun pernyataan yang dikemukakan oleh saudari thea program studi perbankan syariah bahwa

“yang sering *ku* alami kalau ada sesuatu yang baru di *platform* media sosial, baik itu model pakaian baru yang lagi tren atau jenis-jenis makanan yang baru disitu saya merasakan dampaknya, boros *ku* rasa karena Langsung tertarik *ka* mau beli. Kebiasaan itu tidak baik untuk diri saya sendiri.”<sup>106</sup>

Adapun pernyataan yang dikemukakan oleh saudari Nur Naila program studi akuntansi syariah bahwa

“merasa tidak baik jika hanya kemauanta terus diikuti apa lagi untuk saudara-saudara *ta* nantinya terutama untuk diri *ku* sendiri karena

<sup>103</sup> Raodah, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>104</sup> Nurhafida, mahasiswi ekonomi syariah, *wawancara*, 27 oktober 2025

<sup>105</sup> Nabila Fajerin, mahasiswi perbankan syariah, *wawancara*, 22 oktober 2025

<sup>106</sup> Thea Aprilya Hasbi, mahasiswi perbankan syariah, *wawancara*, 23 oktober 2025

kebiasaan *ku* yang lumayan boros apabila masalah membeli padahal tidak terlalu saya butuhkan”<sup>107</sup>

Adapun pernyataan yang dikemukakan oleh saudari Asrita dalle program studi akuntansi syariah bahwa

“saya sadar kalau sekarang banyak sekali *mi* tren konsumsi yang bisa diri *ku* sendiri itu boros karena memang viral itu produk, pernah juga *ku* Alami seperti itu. Tapi sekarang berusaha *mika* supaya tidak tergoda untuk membeli produk yang memang tidak terlalu *ku* butuhkan”<sup>108</sup>

Hal ini dikemukakan oleh saudari magfirah Faizah mahasiswi program studi manajemen bisnis syariah bahwa

“pernah *ka* membeli barang online tapi tidak *ku* perhatikan bahan-bahan yang *nh* pake cuman kuliat orang-orang banyak yang pakai makanya saya ikut juga belinya dan pasti itu harus *ki* hati-hati untuk keturunan *ta* nantinya”<sup>109</sup>

Adapun pernyataan yang dikemukakan oleh saudari Mutiara hikmah program studi manajemen bisnis syariah bahwa

“menurut *ku* FoMO itu wajar, tapi harus bijak-bijak terutama tren makanan atau minuman itu harus jelas halal *gh* atau tidak karena berpengaruh juga nanti sama diri *ta* atau keturunan *ta*”<sup>110</sup>

## C. Pembahasan

### 1. Bentuk Perilaku Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang Dipengaruhi oleh

#### *Fear of Missing Out*

Dari hasil penelitian terkait bentuk perilaku mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dipengaruhi oleh *Fear of Missing Out*, ditemukan secara nyata membentuk pola perilaku mahasiswa FEBI UIN Palopo dalam aktivitas sehari-hari, khususnya

<sup>107</sup> Nur Naila, mahasiswi akuntansi syariah, wawancara, 22 oktober 2025

<sup>108</sup> Asrita dalle, mahasiswa akuntansi syariah, wawancara, 23 oktober 2025

<sup>109</sup> Magfirah Faizah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 24 november 2025

<sup>110</sup> Mutiara hikmah, mahasiswi manajemen syariah, wawancara, 29 oktober 2025

yang berkaitan dengan penggunaan media sosial, dorongan untuk mengikuti tren, dan juga membeli barang atau mengunjungi tempat tertentu agar tetap terlihat *up to date* . Sebagian besar informan mengaku merasa tidak tenang jika tidak membuka media sosial dalam waktu lama, karena takut ketinggalan tren, berita atau aktivitas teman-teman mereka. Ini menunjukkan bahwa FoMO berperan besar dalam membentuk perilaku mahasiswa melainkan kebutuhan hanya untuk kepuasanya sendiri untuk tetap terhubung.

Hal ini sesuai dengan penelitian thomas dkk, yang menemukan bahwa FoMO yang lebih tinggi berhubungan signifikan dengan distress emosional dan penggunaan media sosial yang menjadi problematik.<sup>111</sup> Bentuk perilaku lainnya adalah perilaku konsumtif dan pembelian impulsif yang didorong oleh tren yang ada di media sosial. Informan menyebutkan bahwa mereka sering membeli produk atau mengikuti tren terbaru seperti pakaian, gadget, atau tempat-tempat baru. ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinh et al menunjukkan bahwa FoMO mendorong perilaku konsumsi yang bersifat *conspicuous* atau konsumsi yang berorientasi pada penampilan sosial. Perilaku tersebut menunjukkan adanya perubahan nilai konsumsi yang harusnya menjadi kebutuhan primer menjadi kebutuhan emosional atau simbolik.<sup>112</sup>

---

<sup>111</sup> Renny Thomas and Mariya Alice George, "Fear of Missing out ( FOMO ), Emotional Distress , and Problematic Social Media Use among University Student," *Journal of Psychiatric Social Work* 16, no. 1 (2025): 14–22, <https://doi.org/10.29120/IJPSW.2025.v16.i1.655>.

<sup>112</sup> Thi Cam, Tu Dinh, and Yoonjae Lee, "Fear of Missing Out and Consumption- Sharing Behavior on Social Media : The Moderating Role of Self-Presentation Desire and Social Network Type," *Sage Journals* 14, no. December (2024): 1–14, <https://doi.org/10.1177/21582440241295847>.

## 2. Tinjauan *Maqashid Syariah* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Yang Pengaruhi Oleh FoMO

Dalam hasil penelitian analisis *maqashid syariah* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi oleh FoMO. Hal ini meliputi beberapa pembahasan untuk menjabarkan hasil penelitian terkait *maqashid syariah* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi oleh FoMO yang dikelompokkan berdasarkan *hifz ad-din* (memelihara agama), *hifz an-nafs* (memelihara jiwa), *hifz al-aql* (memelihara akal), *hifz al-mal* (memelihara harta) dan *hifz an-nasl* (memelihara keturunan). Perilaku konsumsi yang didorong oleh FoMO perlu ditinjau melalui perspektif *maqashid syariah* untuk menilai sejauh mana perilaku tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip syariah atau justru bertentangan dengan menekankan keseimbangan, kemaslahatan dan pengendalian diri. Adapun bentuk perilaku konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi oleh FoMO serta analisisnya berdasarkan nilai-nilai *maqashid syariah* sebagai berikut.

### a. *Hifz Ad-Din* (memelihara agama)

Adapun hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Sebagian mahasiswa mengalami kelalaian dalam pelaksanaan ibadah akibat terlalu fokus pada aktivitas digital seperti *scrolling*, *live shopping*, atau mengikuti tren media sosial. Beberapa mahasiswa bahkan menunda waktu sholat karena takut tertinggal promosi atau diskon dari toko online. Kondisi ini menunjukkan adanya *mafsadah* (kerusakan) dalam menjaga kewajiban ibadah karena pengaruh kecemasan dalam media sosial.

Kondisi ini memiliki implikasi langsung terhadap *hifz ad-din* karena mahasiswa yang seharusnya menyeimbangkan antara kebutuhan duniawi dan akhirat menjadi lebih fokus pada aktivitas konsumtif yang bersifat duniawi. Ketika dorongan FoMO berasal dari konten gaya hidup mewah dan gaya hidup konsumtif untuk memuaskan diri, maka secara tidak langsung individu terpengaruh nilai-nilai yang bertentangan dengan ajaran islam mengenai kesederhanaan (*zunuz*) dan pengendalian diri (*mujahadah an-nafs*).

Dalam perspektif *maqashid syariah*, hal ini menunjukkan bahwa FoMO menjadi faktor eksternal yang mengganggu ketenangan spiritual mahasiswa dan menggeser prioritas dari ibadah kepada kepentingan konsumsi penelitian ini sejalan dengan penelitian putra dkk bahwa FoMO membentuk paparan konten media sosial telah menjadi faktor utama melemahnya komitmen religius mahasiswa dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan spiritual dan konsumtif. Fenomena ini menegaskan pentingnya pembinaan literasi media dan kesadaran religius di kalangan mahasiswa, agar nilai *hifz ad-din* tetap terpelihara.<sup>113</sup>

#### **b. Hifz An-Nafs (memelihara jiwa)**

Aspek *hifz an-nafs* berkaitan dengan Upaya menjaga keseimbangan jiwa, baik secara emosional maupun mental. Berdasarkan hasil penelitian, Sebagian mahasiswa mengalami kecemasan, rasa tidak puas, akibat tekanan untuk selalu

---

<sup>113</sup> Zaki Rahman Putra and Nur Hayati, "Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out ( FOMO ) Untuk Meningkatkan Konsumerisme Pada Generasi Z," *PJHP: Papsel Journal of Humanities and Policy* 02, no. 02 (2025): 175–86, <https://journal.papsel.org/index.php/JHP/article/view/176/199>.

mengikuti tren atau khawatiran tertinggal informasi. Mereka seringkali merasa senang sesaat setelah membeli barang viral, tetapi kemudian menyesal karena pengeluaran yang mereka rasa sia-sia dan tidak sesuai dengan ekspektasinya.

Fenomena ini menunjukkan ketidakseimbangan antara kebahagiaan sementara dan ketenangan batin jangka Panjang. Dalam konteks *maqashid syariah*, hal tersebut menunjukkan bahwa pemeliharaan jiwa belum tercapai secara sempurna karena perilaku konsumtif didorong oleh dorongan emosional, bukan oleh kebutuhan hakiki.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh servidio dkk menyatakan bahwa FoMO dapat memicu *problematic social media use* yang berpengaruh terhadap Kesehatan mental individu, termasuk kecemasan, depresi ringan dan ketidakpuasan diri akibat perbandingan sosial. Oleh karena itu, kesejahteraan jiwa (*hifz an-nafs*) dapat terganggu apabila seseorang tidak mampu mengendalikan keinginan yang bersumber dari kecemasan sosial digital.<sup>114</sup>

### **c. Hifz Al-Aql (memelihara akal)**

*Hifz al-aql* menekankan pentingnya rasionalitas dan penggunaan akal sehat dalam mengambil Keputusan, termasuk dalam konsumsi. Berdasarkan hasil penelitian, FoMO membuat Sebagian mahasiswa melakukan pertimbangan sebelum dalam melakukan pembelian. Mereka sering membeli karena pengaruh

---

<sup>114</sup> Rocco Servidio et al., "Addictive Behaviors Reports Fear of Missing out and Problematic Social Media Use: A Serial Mediation Model of Social Comparison and Self-Esteem," *Addictive Behaviors Reports* 19, no. March (2024): 100536, <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>.

teman, iklan, atau tren tanpa pertimbangan manfaat, kebutuhan maupun kondisi keuangan.

Beberapa informan menyadari pentingnya tersebut tidak rasional dan berusaha memperbaikinya dengan menunda pembelian atau mengontrol keinginan. Namun, bagi mahasiswa lainnya, pengaruh FoMO masih sangat kuat, sehingga fungsi akal belum optimal dalam mengendalikan emosi konsumtif.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian syahdana dkk yang menemukan bahwa FoMO dan gaya hidup hedonis berhubungan positif dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna *e-commerce*. Perilaku *impulsive* menunjukkan bahwa kurang pertimbangan dalam pengambilan Keputusan konsumsi, yang berarti belum terpenuhinya prinsip *hifz al-aql* sepenuhnya.<sup>115</sup>

#### **d. Hifz Al-Mal (memelihara harta)**

*Hifz Al-mal* menekankan pentingnya menjaga dan mengelola harta dengan bijak, serta menghindari pemborosan (*israf*) dan perilaku berlebih-lebihan (*tabdzir*). Berdasarkan hasil wawancara, informan mengaku bahwa FoMO membuat mereka lebih boros, mudah tergoda oleh diskon, promosi, dan tren viral di media sosial. Sebagian besar pembelian dilakukan secara spontan tanpa perencanaan keuangan yang matang, bahkan ada yang menggunakan dana Tabungan untuk kebutuhan konsumtif sesaat.

---

<sup>115</sup> Dhanisa Syandana, "Hubungan Antara Fear of Missing Out Dalam Gaya Hidup Hedonis Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce," *Jurnal MEA* 8, no. 3 (2024): 691–705, <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4502/1994>.

Fenomena ini memperlihatkan adanya ketidaksesuaian antara perilaku konsumsi mahasiswa dengan prinsip *hifz al-mal*. Mahasiswa cenderung mengutamakan kepuasan emosional daripada kemaslahatan keuangan jangka Panjang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dat Ngoc Nguyen menemukan bahwa FoMO memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif generasi muda, yang seringkali menimbulkan masalah finansial pribadi. Kondisi ini menjadi bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang mereka pelajari. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi keuangan syariah agar mahasiswa mampu mengendalikan keinginan konsumtif dan memprioritaskan pengeluaran berdasarkan kebutuhan dan kemaslahatan.<sup>116</sup>

#### **e. *Hifz An-nasl* (memelihara keturunan)**

Aspek *Hifz an-nasl* menekankan pentingnya menjaga diri dan keturunan dari hal-hal yang dapat merusak moral, Kesehatan dan nilai-nilai kemanusiaan. Berdasarkan hasil wawancara Sebagian mahasiswa mengakui sering membeli produk yang viral berhati-hati dan memastikan kehalalan atau keamanan bahan yang dikandungnya. Karena menjaga dirinya sendiri juga menjaga ketunan baik itu orang terdekatnya. Ada pula yang mengaku membeli skincare atau makanan viral hanya karena didorong ingin mengikuti tren.

---

<sup>116</sup> Dat Ngoc Nguyen and Duy Van Nguyen, "FOMO and the Impulsive Purchasing Behavior of Young People," *European Journal of Business and Management Research* 10, no. 3 (2025): 41–47, <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2025.10.3.2638>.

Hal ini mengidentifikasi bahwa FoMO dapat mengaburkan kesadaran terhadap nilai-nilai etis dalam konsumsi, seperti kehati-hatian terhadap kehalalan produk dan dampaknya terhadap Kesehatan. Dalam *maqashid syariah*, Tindakan ini termasuk *mafsadah* yang dapat merusak diri dan generasi selanjutnya jika dibiarkan terus menerus. Penelitian ini sejalan dengan penelitian santoso bahwa era digital (konten media sosial, pemasaran digital dan tren gaya hidup) mengubah pola konsumsi keluarga dengan implikasi pada penerapan gaya hidup halal. Konten viral mendorong konsumsi simbolik dan pengambilan Keputusan yang lebih didorong tren dari pada nilai-nilai agama. Hasil ini mendukung penelitian bahwa konten konsumtif dapat menjadi perhatian mahasiswa terhadap aspek kehalalan dan tanggungjawab terhadap generasi mendatang.<sup>117</sup>

Namun dalam bentuk perilaku FoMO dalam konsumsi dikalangan mahasiswa FEBI UIN Palopo dilihat dari perspektif *maqashid syariah*, FoMO memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dan dampaknya terlihat pada kelima aspek *maqashid syariah*. Dimana aspek yang paling utama Adalah *hifz al-mal* karena bisa kita lihat banyak mahasiswa lebih boros, mudah terpengaruh diskon sehingga melakukan pembelian yang mendahulukan keinginan. Kemudian *hifz ad-din* mahasiswa mengabaikan dalam menjalankan ibadah seperti sholat karena terlalu fokus dalam media sosial Selanjutnya, *hifz al-aql* sangat mempengaruhi konsumsi mahasiswa saat

---

<sup>117</sup> Alia Badrun, Rikha Putri Nabila, and Desy Hermayanti, "The Impact of Social Media on Reproductive Health Knowledge Among Gen Z," *Journal of Global Research in Public Health* 9, no. 2 (2024): 135–40, <https://doi.org/https://doi.org/10.30994/jgrph.v9i2.544>.

mengambil keputusan yang kurang bijak karena mengikuti gaya hidup teman sebayanya atau terpengaruh oleh iklan hanya untuk mengikuti sebuah tren.

Adapun *hifz an-nasl* menjadi aspek yang masih menjadi perhatian bagi mahasiswa baik itu terkait kehalalan dan keamanan produk untuk diri sendiri juga terhadap keturunan yang akan datang dan juga *hifz an-nafs* juga berdampak seperti muncul rasa cemas, tidak puas terhadap barang yang dibeli dan tekanan terhadap pengaruh orang lain. Dengan adanya kesadaran mahasiswa yang dapat mengendalikan dirinya terhadap FoMO agar lebih bijak dalam memenuhi kebutuhannya agar tercapainya masalah.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan terkait perilaku *Fear of Missing Out* dalam Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo berdasarkan Perspektif *Maqashid Syariah* dengan ini peneliti menarik Kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk perilaku mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dipengaruhi oleh FoMO hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing out* membentuk tiga pola utama perilaku mahasiswa yaitu perilaku digital konsumtif Adalah keinginan untuk terus membuka dan memantau media sosial karena takut ketinggalan tren yang banyak di bicarakan, perilaku konsumtif impulsif Adalah membeli produk atau mengikuti tren viral bukan untuk kebutuhan benar-benar dibutuhkan, melainkan karena keinginan sesaat, perilaku belanja yang tidak diperhitungkan Adalah kebiasaan berbelanja tanpa perencanaan, menggunakan tabungan untuk pemenuhan keinginan sesaat. Perilaku tersebut mengidentifikasi bahwa FoMO mendorong mahasiswa FEBI UIN Palopo untuk berfokus pada penilaian orang lain dan penerimaan sosial dibandingkan pada Keputusan keuangan yang tepat.
2. Analisis *Maqashid Syariah* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dipengaruhi oleh FoMO berdasarkan analisis lima dimensi *Maqashid Syariah*, perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh FoMO menunjukkan adanya penyimpangan dari nilai-nilai dasar islam. FoMO

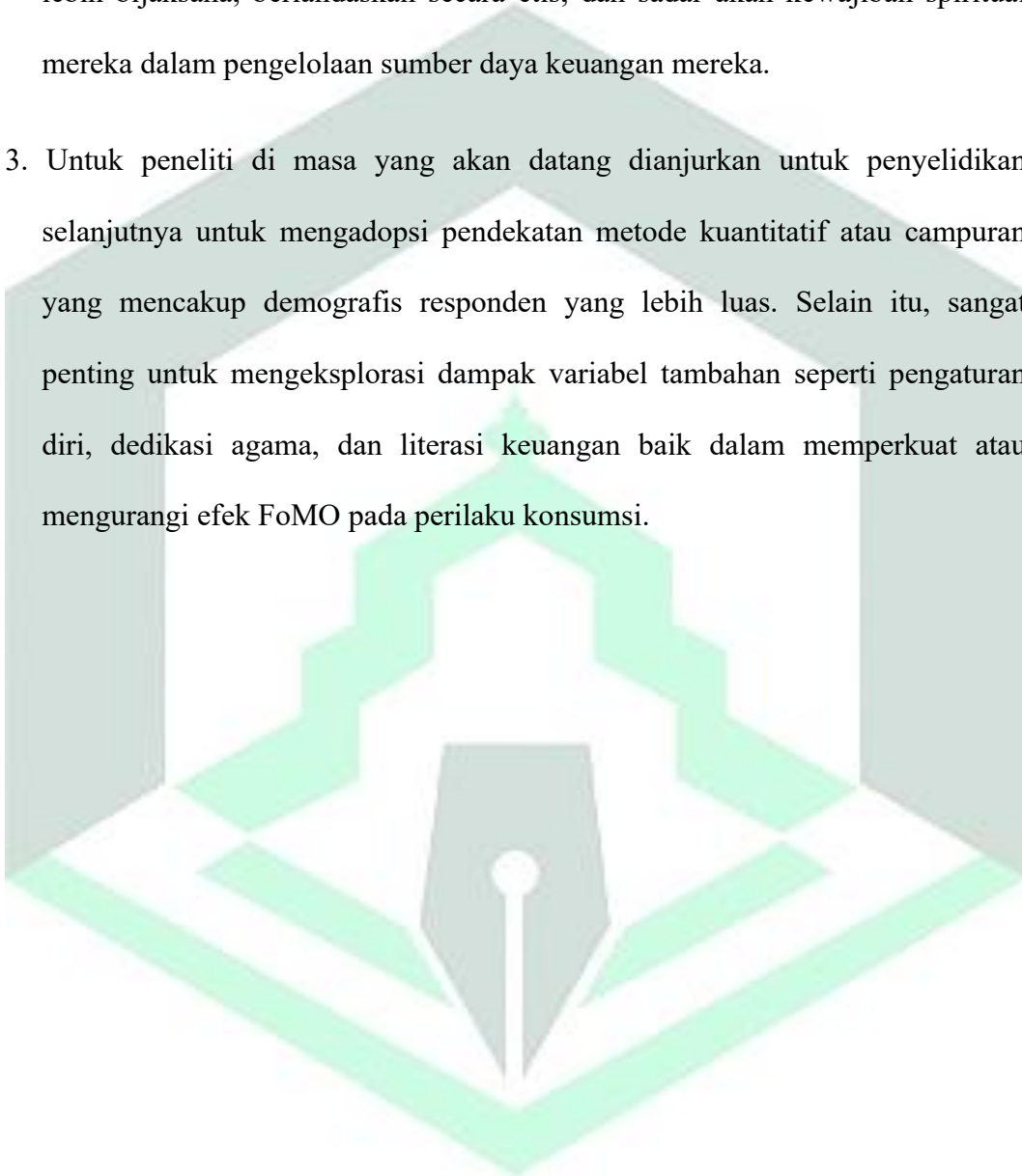
Terdapat tiga aspek yang paling berpengaruh yaitu menyebabkan tidak memperhatikan ibadah (*hifz ad-din*) penurunan pengambilan Keputusan konsumsi (*hifz al-aql*), pemborosan dan pengelolaan harta yang tidak bijak (*hifz al-mal*), yang sangat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dalam *maqashid syariah* serta gangguan keseimbangan emosional seperti kecemasan saat tidak mengikuti sesuai dengan keinginan (*hifz an-nafs*),serta kurangnya kehati-hatian terhadap aspek kehalalan dan dampaknya bagi keturunan (*hifz an-nasl*). Dengan demikian, perilaku konsumtif akibat FoMO berpotensi menimbulkan *mafsadah* (kerusakan atau kemudharatan) dalam kehidupan spiritual, emosional dan sosial mahasiswa. Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai *maqashid syariah* diperlukan untuk menumbuhkan kesadaran agar konsumsi tidak hanya berorientasi pada tren dan kepuasan sesaat. Tetapi juga pada keseimbangan moral dan tanggungjawab sosial.

## **B. Saran**

1. Untuk mahasiswa FEBI UIN Palopo diharapkan untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang pemanfaatan platform media sosial dan untuk melakukan kehati-hatian yang lebih besar dalam manajemen keuangan mereka. Penguatan prinsip-prinsip *maqashid syariah* sangat penting untuk memungkinkan mahasiswa memprioritaskan kebutuhan mereka daripada keinginan, sehingga mengurangi kecenderungan konsumtif, pengambilan keputusan impulsif, dan kecemasan yang disebabkan oleh *Fear of Missing Out* (FoMO).
2. Untuk Fakultas dan Kampus FEBI UIN Palopo harus berusaha untuk meningkatkan literasi digital dan inisiatif literasi keuangan yang lebih dalam

mengenai prinsip-prinsip Islam melalui penyelenggaraan seminar atau membahas FoMO dan bagaimana mengolah konsumsi sesuai dengan kebutuhan. Inisiatif ini sangat penting untuk menumbuhkan karakter siswa agar lebih bijaksana, berlandaskan secara etis, dan sadar akan kewajiban spiritual mereka dalam pengelolaan sumber daya keuangan mereka.

3. Untuk peneliti di masa yang akan datang dianjurkan untuk penyelidikan selanjutnya untuk mengadopsi pendekatan metode kuantitatif atau campuran yang mencakup demografis responden yang lebih luas. Selain itu, sangat penting untuk mengeksplorasi dampak variabel tambahan seperti pengaturan diri, dedikasi agama, dan literasi keuangan baik dalam memperkuat atau mengurangi efek FoMO pada perilaku konsumsi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Said. “Perlindungan Nasabah Muslim Dalam Transaksi Non-Tunai Perspektif Al-Dharuriyyat Al-Khamsah.” *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 1, no. 2 (2022): 118–38. <https://doi.org/10.37680/ijief.v1i2.1167>.
- Al-Syātibī, Abū Ishāq. *Al-Muwāfaqāt Fī Uṣūl Al-Syarī‘Ah*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2004.
- Albi anggito. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan pe. suka bumi, jawa barat: CV jejak, 2018. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+kualitatif&ots=5IetrwdrFv&sig=FVeBaL9q7lmcs4fhJHuYblzAf\\_o&redir\\_esc=y#v=onepage&q=metode+kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+kualitatif&ots=5IetrwdrFv&sig=FVeBaL9q7lmcs4fhJHuYblzAf_o&redir_esc=y#v=onepage&q=metode+kualitatif&f=false).
- Alwi, Muhammad, Muslimin Kara, M. Wahyuddin Abdullah, and Muhammad Fachrurrazy. “Konsep Maqasid As Syariah Dalam Perbankan Syariah.” *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law* 7, no. 2 (2022): 56–80. <https://doi.org/10.24256/alw.v7i2.3549>.
- Arabia, kementerian agama saudi. *Tafsir Al-Qur’an Al-Azim*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, t.t., 2007.
- Arif, m. nur rianto al. *Pengantar Ekonomi Syariah*. bandung: Setia, cv pustaka, 2017.
- Badrun, Alia, Rikha Putri Nabila, and Desy Hermayanti. “The Impact of Social Media on Reproductive Health Knowledge Among Gen Z.” *Journal of Global Research in Public Health* 9, no. 2 (2024): 135–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.30994/jgrph.v9i2.544>.
- Cam, Thi, Tu Dinh, and Yoonjae Lee. “Fear of Missing Out and Consumption-Sharing Behavior on Social Media: The Moderating Role of Self-Presentation Desire and Social Network Type.” *Sage Journals* 14, no. December (2024): 1–14. <https://doi.org/10.1177/21582440241295847>.
- Ekonomi, Fakultas, and Universitas Pattimura. “Pengaruh Fear of Missing Out ( FOMO ), Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumtif Kuliner Kekinian Mahasiswa” 8 (2025): 4–6.
- fasiha, naidin syamsudin, muhammad nur alam muhajir, muh abdi imam, muh rusli. *Algoritma Publikasi: Panduan Inovatif Menulis Artikel Ilmiah Berkualitas*. Pertama. indramayu: PT. Adab Indonesia, 2025.
- Firdaus, Muhammad Irkham, and Jaya Sahputra. “Prinsip Maqosid Ash-Shariah Dalam Konsep Kebutuhan Islam.” *Jurnal Tafaqquh* 7, no. 1 (2022): 76–87.
- Fumar, Michael, Ario Setiadi, Stefanie Harijanto, and Cindika Tan. “The

- Influence of Fear of Missing Out (FOMO), Sales Promotion, and Emotional Motive Mediated Self-Control on Impulsive Buying for Hypebeast Products.” *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 6, no. 3 (2023): 1363–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jr.v6i3.33581>.
- Hamdi, Baitul. “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah).” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.
- Harahap, Muhammad Ikhsan, Andri Soemitra, and Zuhrinal M Nawawi. “Analysis of the Effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the Use of Paylater Application on Impulse Buying Behavior (Review of Maqashid Syariah).” *Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 2 (2023): 67. <https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>.
- Harahap, Solehuddin, and Arisman. “Maqashid Al-Syari’ah Berdasarkan Kemaslahatan Yang Dipelihara Dalam Hukum Islam.” *Jurnal Hukumah: Jurnal Hukum Islam* 6, no. 2 (2023): 37–51. <http://dx.doi.org/10.55403/hukumah.v6i2.577>.
- Indra Cahaya Tresna. “Fear of Missing Out (FOMO) in Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review on Antecedents, Consequences, and Moderating Factors.” *Journal of Information Systems Engineering and Management* 10, no. 36s (2025): 626–39. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i36s.6542>.
- Indris, Hidar, Ahmad Ihwanul Muttaqin, and Akhmad Afnan Fajarudin. “Fenomena Fomo; Pandangan Al-Qur’an Tentang Pendidikan Dan Keseimbangan Kehidupan Generasi Millennial.” *Jurnal Pendidikan Islam* 16, no. 2 (2023): 145–57.
- Jangkar, Veronika Yuliani, Andriani Paulin Nalle, and Katharina Edeltrudis Perada Korohama. “Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusa Cendana.” *Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora* 3, no. 1 (2025): 57–66. <https://doi.org/10.35508/jbkf.v3i1.17808>.
- Jenny Fernanda, Muhammad Faisal Azka, and Achmadiannisa Putri R.A. “Analisis Perilaku FoMO Mahasiswa Universitas Jember Dalam Perspektif Masyarakat Konsumsi-Baudrillard.” *Journal of Creative Student Research* 1, no. 6 (2023): 232–44. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2967>.
- Kamal, Muh Ruslan Abdullah dan Fasiha. *Pengantar Islamic Economic Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam*. Edited by Edhy Ruslan. Makassar: lumbung informasi pendidikan (LIPa), 2014.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-A’araf 8:31*. Edited by Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023.

- . “Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-Anbiyah 17:1,” n.d., 322.
- . *Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan Q.s Al-Baqarah 2:168*, n.d.
- . *Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan Q.S Al-Isra 17:29*, 2023.
- Kharisma Adzan Muhammad. “Fenomena Perilaku Fear of Missing Out (Fomo) Dalam Penggunaan Media Sosial Berlebih Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo.” *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.62281/v2i1.138>.
- Kurniawati, Kurniawati, B. Medina Nilasari, Netania Emilisa, and Fatik Rahayu. “Strategi Pemasaran Iklan Digital Dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online.” *Jurnal Abdikaryasakti* 2, no. 2 (2022): 137–50. <https://doi.org/10.25105/ja.v2i2.14187>.
- Littman-Ovadia, Hadassah, and Pninit Russo-Netzer. “Exploring the Lived Experience and Coping Strategies of Fear of Missing Out (FoMO) among Emerging Adults.” *Current Psychology* 43, no. 42 (2024): 32665–85. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06793-w>.
- Mahmud, Darilsyah, Firman Nur Heryanto, Helmy Muzaki, and Faranita Mustikasari. “The Influence of Hedonic Motivation, Influencer Marketing on Purchase Decision With Fomo (Fear of Missing out) As Mediation.” *International Journal of Professional Business Review* 8, no. 11 (2023): e03834. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i11.3834>.
- Maulany Yusra, Alfanny, and Lisfarika Napitupulu. “Hubungan Regulasi Diri Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa.” *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)* 2, no. 2 (2022): 73–80. <https://doi.org/10.25299/jicop.v2i2.8718>.
- Maulidizen, Ahmad, Johari Johari, Maghfirah Maghfirah, Aulia Puspita Roosiani, Muhammad Zailani Iman, and Habiburrahman Rizapoor. “The Fear of Missing Out (FOMO) and Islamic Consumer Ethics: Examining Gen Z Behavior Through A Sharia and Moral Lens.” *Madania: Jurnal Kajian Keislaman* 28, no. 2 (2024): 307. <https://ejournal.uinfasbengkulu.ac.id/index.php/madania/article/view/5902>.
- Misbach, Irwan. *Ekonomi Syariah*. Edited by Haruddin. Makassar, 2020.
- muh rasbi, muh.ginanjari, fasiha, atika tahir, linda A.ali. “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana IAIN Palopo.” *Manajemen Dan Keuangan Syariah* 02, no. 02 (2024): 15–27. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.
- Muhammad Arafat, and Asmuni. “Implementation of Maqashid Al-Syariah in Islamic Criminal Law in Muslim Countries: A Comparative Study in Saudi Arabia, Iran, Malaysia, and Indonesia.” *Al-Sulthaniyah* 14, no. 1 (2025): 45–

68. <https://doi.org/10.37567/al-sulthaniyah.v14i1.3577>.

mustafa edwin nasution, budi setyanto. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Edited by kencana prenada media Group. jakarta: prenada media group, 2010.

Nabil, Nibrosun., and Jojok Dwiridotjahjono. "Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 2 (2024): 2547–62. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i2.6744>.

Nadia Khairina, Dyah Septi Ruli Rahmawati, and Friska Indriani. "Kecemasan Pada Dewasa Awal Akibat Fear of Missing Out (FoMO)." *Flourishing Journal* 4, no. 7 (2024): 296–303. <https://doi.org/10.17977/um070v4i72024p296-303>.

Nadia Putri Ayu, Desy Safitri, and Sujarwo. "Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa" 3, no. 2 (2025): 1–18. <https://jurnal.tiga-mutiara.com/index.php/jimi/article/view/375>.

Nasution, Riska Syahputri, Sugianto Sugianto, and Budi Dharma. "Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 2 (2023): 1997–2006. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.6819>.

Nguyen, Dat Ngoc, and Duy Van Nguyen. "FOMO and the Impulsive Purchasing Behavior of Young People." *European Journal of Business and Management Research* 10, no. 3 (2025): 41–47. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2025.10.3.2638>.

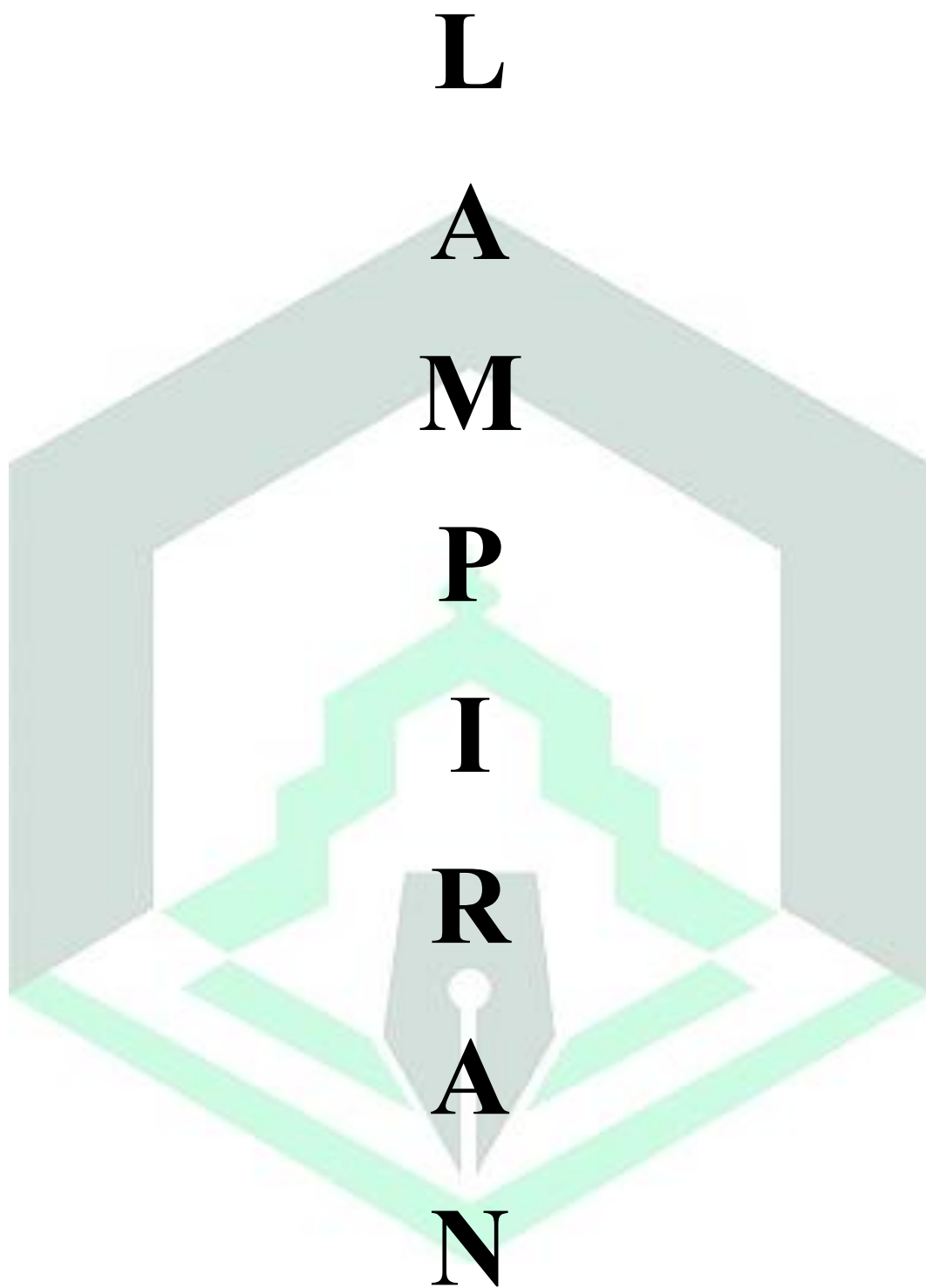
Normilawati, Ariana. "Fenomena FOMO Dalam Konsumerisme Mahasiswa ULM Dan Perspektif Islam Terhadapnya" 1, no. 2 (2024). <https://jipkm.com/index.php/islamologi>.

Pramesti, Shinta Ayu, and Nandang Ihwanudin. "Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah." *MODERATION: Journal of Islamic Studies Review* 1, no. 2 (2021): 13–28. <https://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/index>.

Putra, Zaki Rahman, and Nur Hayati. "Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out ( FOMO ) Untuk Meningkatkan Konsumerisme Pada Generasi Z." *PJHP : Papsel Journal of Humanities and Policy* 02, no. 02 (2025): 175–86. <https://journal.papsel.org/index.php/JHP/article/view/176/199>.

saifuddin aswar. *Metode Penelitian*. Edited by Haitamy. yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2019.

- Servidio, Rocco, Paolo Soraci, Mark D Griffiths, Stefano Boca, and Zsolt Demetrovics. "Addictive Behaviors Reports Fear of Missing out and Problematic Social Media Use: A Serial Mediation Model of Social Comparison and Self-Esteem." *Addictive Behaviors Reports* 19, no. March (2024): 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. (yogyakarta): Alfabeta, 2019.
- Suhartini, and Dwi Maharani. "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian." *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023): 349–56. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/613>.
- Syandana, Dhania. "Hubungan Antara Fear of Missing Out Dalam Gaya Hidup Hedonis Dengan Implusive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce." *Jurnal MEA* 8, no. 3 (2024): 691–705. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4502/1994>.
- Taofeeq Olamilekan Sanusi. "Maqasid Al-Shariah as an Evaluative Framework for the Digitalisation of Islamic Education." *Permata : Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 1 (2025): 49–63. <https://doi.org/10.47453/permata.v6i1.3114>.
- Thomas, Renny, and Mariya Alice George. "Fear of Missing out ( FOMO ), Emotional Distress , and Problematic Social Media Use among University Student." *Journal of Psychiatric Social Work* 16, no. 1 (2025): 14–22. <https://doi.org/10.29120/IJPSW.2025.v16.i1.655>.
- Widianita, Rika Widianita, Ariyun Anisah, and Khadijah Nurani. "Maksimum Masalah Dalam Pengeluaran Konsumsi." *El-Amwal* 4, no. 2 (2021): 1–15. <https://doi.org/10.29103/el-amwal.v4i2.5261>.
- Yusri, Ahmand Zaki dan Diyan. "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmu Pendidikan* 7, no. 2 (2020): 809–20.
- Yusuf, Nasruddin, Nurlaila Harun, Syarifuddin, and Salma Mursyid. "Examining the Basis of Maqashid Sharia in Renewal of Islamic Law in Indonesia." *Petita: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah* 9, no. 1 (2024): 357–75. <https://doi.org/10.22373/petita.v9i1.258>.
- Zainuddin, M, and M Mahlel. "Konsumsi Barang Dan Jasa Dalam Perspektif Teori Maqashid Al-Syariah." *Jurnal Ekonomi Syariah Dan ...* 1, no. 1 (2022): 45–54. <https://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jsen/article/view/528%0Ahttps://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jsen/article/download/528/483>.



## Lampiran 1: Hasil Cek Turnitin

WINDIANTI

ORIGINALITY REPORT

<b>17</b> %	<b>16</b> %	<b>8</b> %	<b>%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.iainpalopo.ac.id</b> Internet Source	<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>jurnal.unived.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>ojs.kopertais14.or.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>repositori.uin-alauddin.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>media.neliti.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>jurnal.uinsyahada.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>8</b>	<b>digilib.uinsby.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>9</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>10</b>	<b>ummaspul.e-journal.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %

## Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921  
 Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmpptsp@palopokota.go.id, Website : http://dpmpptsp.palopokota.go.id

---

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
 NOMOR : 500.16.7.2/2025.1305/IP/DPMPPTSP

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama	: WINDIANTI
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: Desa Tanjong, Kec. Bua Ponrang, Kab. luwu
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 2204010016

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PERILAKU FEAR OF MISSING OUT DALAM KONSUMSI MAHASISWA FEBI UIN PALOPO DITINJAU  
 BERDASARKAN MAQASHID SYARIAH**

Lokasi Penelitian	: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
Lamanya Penelitian	: 21 Oktober 2025 s.d. 31 Desember 2025

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.**
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
 Pada tanggal : 21 Oktober 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :  
 Kepala DPMPPTSP Kota Palopo  
**SYAMSURIADI NUR, S.STP**  
 Pangkat : Pembina IV/a  
 NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instasi terkait tempat dilaksanakan penelitian.



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

### Lampiran 3: Lembar Persetujuan Wawancara

#### LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu tahapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi syariah UIN Palopo, maka saya:

Nama : Windianti

NIM : 2204010016

Program studi : Ekonomi Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian skripsi dengan judul “Perilaku *Fear Of Missing Out* dalam Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Palopo Berdasarkan Maqashid Syariah” untuk terlaksananya kegiatan tersebut, saya mohon kesediaan, saudara(i) untuk berpartisipasi menjadi informan atau narasumber dalam pelaksanaan wawancara. Jawaban yang diberikan akan saya jamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Apabila saudara(i) berkenan berpartisipasi, mohon kiranya untuk mengisi dan menandatangani lembar persetujuan menjadi informan di bawah ini:

Nama :

NIM :

Program studi :

Demikian permohonan persetujuan wawancara saya, mohon maaf apabila ada kesalahan atas penelitian serta kerjasamanya dalam penelitian ini saya ucapkan terimah kasih.

Informan	Peneliti
( )	( Windianti )

## Lampiran 4: Pertanyaan Wawancara

### WAWANCARA

Identitas informan

Nama lengkap:

Program studi:

Umur:

Semester:

Pertanyaan :

#### A. FOMO

##### a. Takut ketinggalan tren

1. Pernahkah Anda merasa khawatir atau takut ketinggalan tren tertentu? Bisa ceritakan contohnya?
2. Ketika sebuah tren baru muncul (misalnya, *fashion item*, *gadget*), apakah Anda merasa ada dorongan kuat untuk segera mencoba atau membelinya agar tidak merasa terasingkan dari pergaulan/lingkungan Anda? Bagaimana pengaruh FoMO terhadap keputusan Anda dalam berbelanja (misalnya: membeli segera, menunda, atau mengikuti tren)?  
Jawaban:
3. Apakah Anda pernah membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, hanya karena takut ketinggalan tren?
4. Saat Anda melihat sebuah produk yang menarik, apakah Anda biasanya langsung melakukan pembelian tanpa membandingkan harga atau mempertimbangkan manfaat jangka panjangnya terlebih dahulu? Mengapa?
5. Seberapa sering Anda menyesal setelah membeli barang karena ikut-ikutan tren?
6. Apakah Anda pernah menunda atau mengorbankan kebutuhan penting demi mengikuti tren konsumsi?
7. Seberapa penting bagi Anda untuk selalu "update" dengan tren terbaru?
8. Jika Anda tidak membuka media sosial selama satu hari, apakah Anda merasa ketinggalan info penting tentang produk baru, *review*, atau promo diskon?

#### B. Maqashid syariah

##### a. Hifz al-mal (menjaga harta)

1. Bagaimana menurut Anda, konsumsi karena FoMO memengaruhi pengelolaan uang Anda (tabungan, kebutuhan kuliah, dsb)?
2. Pernahkah Anda merasa pemborosan atau *israf* dalam pengeluaran karena ikut tren?

##### b. Hifz al-aql (menjaga akal)

1. Apakah FoMO membuat Anda sulit berpikir rasional dalam mengambil keputusan membeli?

2. Bagaimana pengaruh FoMO terhadap konsentrasi belajar atau perencanaan keuangan Anda?

##### c. Hifz al-nafs (menjaga jiwa )

1. Apakah konsumsi akibat FoMO membuat Anda merasa bahagia, stres, atau cemas? Bisa ceritakan pengalaman?
2. Menurut Anda, apakah FoMO berdampak pada kesehatan mental mahasiswa secara umum?

##### d. hifz ad-din (memelihara agama)

1. Apakah perilaku konsumtif karena FoMO pernah membuat Anda lalai dari kewajiban agama (misalnya shalat, mengaji, kegiatan kampus Islami)?
2. Menurut Anda, apakah gaya hidup konsumtif sejalan dengan nilai kesederhanaan dalam Islam?

##### e. hifz al-nasl (memelihara keturunan)

1. Bagaimana menurut Anda, apakah gaya hidup konsumtif karena FoMO bisa berpengaruh pada generasi berikutnya (adik, teman, anak di masa depan)?
2. Apakah Anda merasa pola konsumsi mahasiswa bisa menjadi budaya yang ditiru oleh orang lain?

### Lampiran 5: Manuskrip Hasil Wawancara

PERTANYAAN	INFORMAN	JAWABAN
Pernakah Anda merasa khawatir atau takut ketinggalan tren tertentu? Bisa ceritakan contohnya?	juliasmita	Pernah, saat muncul hp yang terbaru saya takut ka ketinggalan ketinggalan jika tidak langsung ku beli tapi ku piker lagi uang yang ku punyacukup atau tidak
	raodah	Pernah saya merasa ketinggalan Ketika mengikuti tren yang ada. Contohnya pada saat trend menggunakan jilbab Rabbani saya tertarik untuk menggunakannya juga.
	nurhafida	Saya tidak pernh merasakan takut ketinggalan tren tertentu karena saya hanya lebih tertarik dengan barang yang lucu.
	nabila fajerin	Pernah karena ku lihat banyak orang yang pakai itu barang atau tren tersebut contohnya tren tempat nongkrong
	thea aprilya hasbi	Pernah, yang paling sering saya rasakan Ketika terdapat suatu konten media sosial yang baru, fashion dan juga tren kuliner atau makanan yang viral.
	nur naila	Iya pernah terutama saat tren pakaian baru muncul
	asrita	Pernah, saya pernah merasakannya terutama sejak aktif dimedia sosial contohnya banyak sekarang orang aktif di media sosial dengan kreasi mereka maka dari itu saya berfikir tidak ingin ketinggalan.
	mutiara hikmah	Saya tidak takut akan ketinggalan tren
	magfirah faizah	Sejauh ini saya tidak terlalu khawatir akan ketinggalan tren baik itu game maupun pembelian karena saya lebih memilih dan melihat dulu apakah itu memang cocok dan bermanfaat untuk saya
Ketika sebuah tren baru muncul (misalnya, <i>fashion item</i> , gadget), apakah Anda merasa ada dorongan kuat untuk segera mencoba atau membelinya agar tidak merasa terasingkan dari pergaulan/lingkungan Anda? Bagaimana pengaruh FoMO terhadap keputusan Anda dalam berbelanja (misalnya:	juliasmita	tidak pernah karena Ketika ada tren baru muncul saya mempertimbangkan untuk mencoba untuk membelinya karena saya membeli sesuatu yang benar-benar saya butuhkan
	raodah	Iya saya merasakan dorongan, biasanya saya akan segera mengusahakan untuk membeli segera
	nurhafida	Saya biasanya menunda untuk membeli fashion item yang saya inginkan sampai ada keinginan yang kuat
	nabila fajerin	Saya menundanya karena menunggu uang yang saya kumpulkan cukup
	thea aprilya hasbi	Ketika sebuah tren baru muncul saya punya dorongan tetapi tidak kuat untuk membeli atau segera memilikinya saya lebih mengutamakan

membeli segera, menunda, atau mengikuti tren)?		fungsional sesuatu hal. Meskipun begitu, FOMO tetap memiliki pengaruh terhadap Keputusan saya untuk berbelanja, Ketika hal tersebut terasa berguna atau sangat menarik, saya akan mengikuti trennya.
	nur Naila	Iya fomo membuat saya cepat membeli tambah berfikir Panjang karena ketertarikan dari apa yang saya mau
	asrita	Awalnya dengan dorongan kuat membeli segera tetapi saya sebagai mahasiswa berfikir akan menetapkan prinsip rasionalitas dan kebutuhan.
	mutiara hikmah	Ditunda karena faktor keuangan
	magfirah faizah	Saya menunda pembelian saya, saya mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat dlu jadi pengaruh fomo terhadap saya kecil, karena lebih suka membeli sesuatu itu karena memang kebutuhan dan kalau memang barang itu sedang tren saya akan menjadi tahu terlebih dahulu bagaimana barang itu serta kegunaannya nantinya
Apakah Anda pernah membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, hanya karena takut ketinggalan tren?	juliasmita	Pernah, karena saya merasa lebih tetatik saat digunakan oleh orang lain
	raodah	Pernah
	nurhafida	Tidak pernah
	nabila fajerin	Pernah karena tren fashion
	thea aprilya hasbi	pernah
	nur Naila	Pernah saya membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan hanya karena sedang tren
	asrita	Tidak pernah
	mutiara hikmah	Pernah karena barang tersebut lucu
	magfirah faizah	Tidak pernah saya memikirkan biayanya sebelum membeli selalu kalau memang tidak saya butuhkan sekali, lebih baik menunda atau tidak membeli sama sekali walaupun barang itu sedang tren
Saat Anda melihat sebuah produk yang menarik, apakah Anda biasanya langsung melakukan pembelian tanpa membandingkan harga atau mempertimbangkan manfaat jangka panjangnya terlebih	juliasmita	Saya tidak langsung membelinya karena saya sangat mempertimbangkan budget yang saya miliki
	raodah	Saya melakukan perbandingan harga terlebih dari dari toko offline dan online
	nurhafida	Langsung membeli terutama barang lucu
	nabila fajerin	Pernah, mempertimbangkan manfaat jangka panjangnya terlebih dahulu, karena produk yang ditakutnya takut harganya naik.
	thea aprilya hasbi	Tentu saya harus mempertimbangkan harga dan manfaatnya, karena menurut saya

dahulu? Mengapa?		memutuskan sesuatu secara singkat Adalah hal habit yang kurang baik untuk dilakukan, dan berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan kedepannya, terlebih lagi dengan status kita yang masih mahasiswa.
	nur naila	Iya, kadang langsung membeli karena tertarik tanpa membandingkan harga-harga yang ada ditempat lain
	asrita	Saya akan mempertimbangkan apakah produk ini benar-benar saya butuh atau tidak kedepannya
	mutiara hikmah	Tidak langsung karena mempertimbangkan manfaat jangka Panjang barang tersebut karena tergantung kebutuhan
	magfirah faizah	Tidak langsung membeli biasanya saya membandingkan dulu harganya dan mikir dulu. Apakah ini benar-benar saya butuhkan atau cuman ingin membeli saja karena kalau terlalu terburu-buru membeli nanti saya kaan merasa menyesal
Seberapa sering Anda menyesal setelah membeli barang karena ikut-ikutan tren?	juliasmita	Cukup sering
	raodah	Sering sekali setelah saya membeli saya sadar saya tidak butuh barang terebut.
	nurhafida	Sering karena tidak sesuai ekspektasi dan hanya sesaat
	nabila fajerin	Tidak begitu sering karena mungkin barang itu memang tidak langssung digunakan tapi akan saya gunakan dikemudian hari.
	thea aprilya hasbi	Saya sangat jarang merasa menyesal
	nur naila	Cukup sering terutama saat tren cepat berlalu
	asrita	Tidak terlalu sering
	mutiara hikmah	Pernah karena ikut teman atau mendapat tawaran dari teman-teman.
	magfirah faizah	tidak terlalu sering mungkin hanya sesekali karena biasanya barangnya tidak digunakan
Apakah Anda pernah menunda atau mengorbankan kebutuhan penting demi mengikuti tren konsumsi?	juliasmita	Tidak pernah karena saya selalu mengusahakan pemenuhan kebutuhan terlebih dahulu
	raodah	Pernah namun tidak sering. Hanya karena penasaran
	nurhafida	Tidak pernah
	nabila fajerin	Pernah
	thea aprilya hasbi	pernah
	nur naila	Pernah saya menundah kebutuhan penting demi ikut tren yang sedang banyak digunakan oleh orang lain

	asrita	Pernah saya akan mengikuti tren konsumsi Ketika saya melihat objek yang menarik
	mutiara hikmah	Tidak pernah
	magfirah faizah	Tidak pernah saya lebih utamakan kebutuhan yang lebih penting dulu kalau tren yang menarik saya menunggu dulu sampai benar-benar perlu atau ada uang yang lebih
Seberapa penting bagi Anda untuk selalu “update” dengan tren terbaru?	juliasmita	Cukup penting, terlebih di era digital saat ini
	raodah	Cukup penting
	nurhafida	Cukup penting
	nabila fajerin	Sangat penting
	thea aprilya hasbi	Sangat penting
	nur Naila	Saya merasa cukup penting, karena saya hanya mengikuti tren yang benar-benar menarik bagi saya
	asrita	Sangat penting, karena di zaman sekarang bisa dibilang serba digital jadi saya rasa penting untuk selalu update.
	mutiara hikmah	Penting
	magfirah faizah	Cukup penting soalnya hampir tiap hari selalu buka media sosial untuk lihat tren terbaru, biar tidak ketinggalan info atau hal-hal yang lagi rame terkadang saya juga mencari inspirasi atau hiburan.
Jika Anda tidak membuka media sosial selama satu hari, apakah Anda merasa ketinggalan info penting tentang produk baru, review, atau promo diskon?	juliasmita	Iya karena medsos sumber berita dan tren terkini
	raodah	Iya, saya selalu membuka media sosial setiap hari karena takut ketinggalan info.
	nurhafida	Iya
	nabila fajerin	Iya karena media sosial sangat penting untuk kebutuhan sehari-hari
	thea aprilya hasbi	Sangat tidak merasa ketinggalan
	nur Naila	Tidak karena saya tidak terlalu bergantung pada media sosial untuk tahu info produk atau promo yang sedang ada
	asrita	Iya
	mutiara hikmah	Takut ketinggalan info terbaru
	magfirah faizah	Iya saya merasa tertinggal soalnya media sosial banyak banget info yang cepat berubah, apalagi soal promo atau tren terbaru jadi kalau tidak buka sehari saja rasanya seperti ada yang kurang
<b>MAQASHID SYARIAH</b>		
<b>Hifz al-mal</b>		
Bagaimana menurut	juliasmita	Iya, karena dapat mempengaruhi keputusan

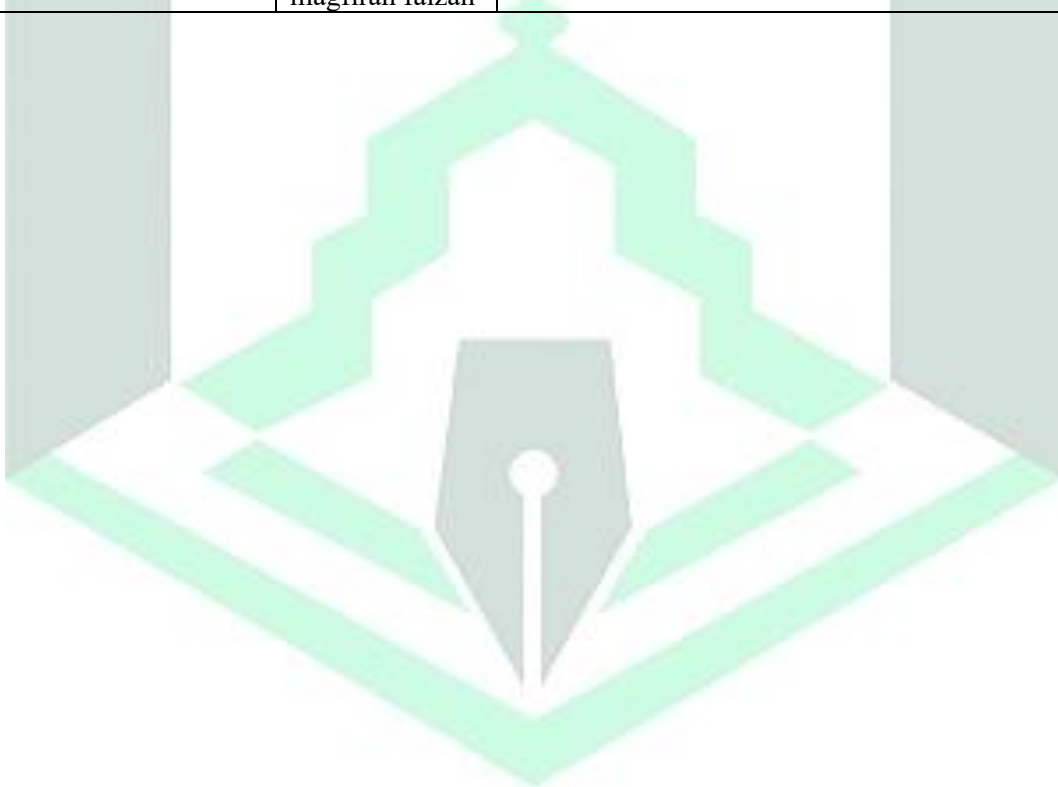
Anda, konsumsi karena FoMO memengaruhi pengelolaan uang Anda (tabungan, kebutuhan kuliah, dsb)?		finansial secara implusif tanpa perencanaan
	raodah	Konsumsi ini mempengaruhi keuangan saya, biasanya berdampak pada uang Tabungan
	nurhafida	Sangat berpengaruh karena membuat saya boros dalam seminggu saya.
	nabila fajerin	Sangat berpengaruh terutama tren fashion sangat mempengaruhi keuangan saya
	thea aprilya hasbi	Sangat berpengaruh dan sesnsitif, kebiasaan untuk mengikuti tren konsumsi dan tren lainnya dapat menciptakan kebiasaan yang tidak baik (pemborosan)
	nur Naila	Fomo membuat saya kadang kurang bijak mengatur keuangan dan sulit menabung
	asrita	Sangat berpengaruh bagi Tabungan kita karena hanya mengikuti tren yang ada
	mutiara hikmah	Sangat berpengaruh karena tren-tren yang diinginkan
	magfirah faizah	Menurut saya fomo bisa membuat pengelolaan keuangan lagi sedikit kacau kalau tidak terkontrol soalnya kadang jadi ingin membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu penting tapi saya berusaha agar tetap ngatur biar Tabungan dan kebutuhan kuliah saya tidak terganggu
Pernahkah Anda merasa pemborosan atau israf dalam pengeluaran karena ikut tren?	juliasmita	Pernah, terutama Ketika saya sering belanja diluar
	raodah	Pernah
	nurhafida	Pernah merasa boros karena tanpa melihat harga langsung membeli barang
	nabila fajerin	pernah
	thea aprilya hasbi	Sangat sering merasa boros
	nur Naila	Iya pernah merasa karena ikut tren tidak terlalu penting sehingga saya membeli dan merasa uang saya terbuang sia-sia
	asrita	pernah
	mutiara hikmah	Pernah karena
	magfirah faizah	Pernah walaupun jarang saya merasa boros kadang saya sadar setelah beli barang cuman sekali karena lagi tren ternyata jarang dipakai dari situ saya belajar buat lebih hati-hati lagi dalam belanja
<b>Hifz al-aql</b>		
Apakah FoMO membuat Anda sulit berpikir rasional dalam mengambil keputusan membeli?	juliasmita	Iya karena membuat saya merasa takut ketinggalan, sehingga sulit berfikir rasional
	raodah	Iya lumayan saya biasanya terpengaruh sehingga membeli tanpa pertimbangan
	nurhafida	Sulit karena penuh pertimbangan
	nabila fajerin	Lumayan sulit karena mempertimbangkan

		uang yang saya miliki
	thea aprilya hasbi	Awal saya mengikuti alur tren yang berkembang dimasa kini saya selalu sulit, hingga sekarang saya selalu belajar dan memperbaiki kesalahan saya dalam bertindak atau memutuskan sesuatu. Hingga saat ini saya sudah dapat berfikir rasional dan mengontrol keinginan saya.
	nur naila	Iya fomo kadang membuat saya membeli tanpa berfikir Panjang
	asrita	Tidak
	mutiara hikmah	Tidak
	magfirah faizah	Tidak juga saya biasanyya tetap memikirkan dulu sebelum beli ssesuatu jadi walaupun ada tren baru saya tdiak langsung ikut-ikutan tapi lihat dlu manfaat dan kebutuhan saya
Bagaimana pengaruh FoMO terhadap konsentrasi belajar atau perencanaan keuangan Anda?	juliasmita	Fomo sering kali mempegaruhi perencanaan keuangan saya karena uang yang awalnya akan saya tabung sebagai simpanan justru saya keluarkan untuk mengikuti tren
	raodah	Fomo mempengaruhi perencanaan keuangan saya terhadap prioritas kebutuhan yang sering saya beli.
	nurhafida	Berpengaruh karena saya selalu memikirkan Ketika tidak langsung membeli barang yang saya inginkan
	nabila fajerin	Sangat berpengaruh terhadap perencanaan keuangan saya
	thea aprilya hasbi	Pengaruh fomo dalam konsentrasi belajar saya minim, tetapi dalam perencanaan keuangan sebaliknya, fomo memiliki pengaruh yang sangat besar.
	nur naila	Tidak karena saya bisa mengendalikan diri sehingga FOMO tidak mengganggu saya saat belajar
	asrita	Sangat berpengaruh
	mutiara hikmah	Sangat berpengaruh
	magfirah faizah	Sejauh ini tidak terlalu berpengaruh saya lebih focus ke hal-hal penitng seperti kuliah atau kebutuhan sehari-hari jadi walaupun ada tren baru saya tetap bisa atur waktu dan uang saya dengan baik
<b>Hifz al-nafs</b>		
Apakah konsumsi akibat FoMO membuat Anda merasa bahagia,	juliasmita	Fomo terkadang membuat saya merasa cemas karena takut tertinggal dari orang lain.
	raodah	Awalnya Bahagia tetapi kemudian cemas karena uang saya terbuang sia-sia

stres, atau cemas? Bisa ceritakan pengalaman?	nurhafida	Bahagia seperti membeli barang lucu dan sesuai ekspektasi	
	nabila fajerin	Cemas dikarenakan kehabisan dana dan membuat saya kepikiran terhadap tren yang hits	
	thea aprilya hasbi	Fomo konsumsi membuat saya lebih banyak merasakan Bahagia, Ketika kita menginginkan suatu makanan dan makanan tersebut memenuhi ekspektasi kita, baik dari segi rasa maupun harga yang affordable.	
	nur Naila	Kadang merasa Bahagia/ senang sesaat tetapi setelahnya itu saya merasa cemas karena tidak bisa mengendalikan keuangan.	
	asrita	Tergantung Ketika konsumsi fomo saya kan merasa Bahagia saya merasa puas misalnya membeli barang sesuai dengan selera saya.	
	mutiara hikmah	Bahagia karena membuat kita merasa puas dengan apa yang dimiliki nantinya	
	magfirah faizah	Saya merasa Bahagia apa lagi saya mengikuti tren yang memang saya butuhkan	
Menurut apakah berdampak kesehatan mahasiswa umum?	Anda, FoMO pada mental secara	juliasmita	Bisa berdampak karena beberapa orang akan stress Ketika keinginan membeli sesuatu tidak terpenuhi
		raodah	iya
		nurhafida	Iya
		nabila fajerin	Sangat berdampak
		thea aprilya hasbi	Iya menurut saya berdampak, gaya hidup yang selalu bergantung pada tren akan membuat mental mahasiswa rentan terhadap kecemasan yang berlebihan.
		nur Naila	Iya karena terkadang mahasiswa sulit untuk mengontrol emosi dan menjadikan tren sebagai tekanan bagi dirinya sendiri
		asrita	iya
	mutiara hikmah	Bisa jadi karena keinginan yang sangat kuat	
	magfirah faizah	Iya menurut saya bisa berdampak karena sekarang itu banyak mahasiswa yang jadi merasa kurang percaya diri atau cemas kalau tidak bisa ikut tren yang lagi viral	
<b>Hifz al-din</b>			
Apakah perilaku konsumtif karena FoMO pernah membuat Anda lalai dari kewajiban agama (misalnya shalat, kegiatan kampus Islami)?	juliasmita	Tidak karena saya lebih mengutamakan ibadah	
	raodah	Tidak	
	nurhafida	Terkadang saya menunda waktu sholat saat saya tempat nongkrong dan berkumpul Bersama teman-teman saya.	
	nabila fajerin	Iya, terutama saat diluar seperti sedang ditempat nongkrong atau coffe saya kadang lupa waktu sholat dan menunda-nunda waktu sholat dan kadang saya menjamak misalnya	

		sholat dzuhur dengan sholat asar
	thea aprilya hasbi	berpengaruh
	nur naila	Terkadang saya merasa seperti itu karena saya biasanya menonton live yang ada di platform belanja online hanya untuk mendapatkan sebuah diskon sehingga saya terkadang lalai tetapi saya tetap mengutamakan kewajiban saya
	asrita	Tidak saya lebih mengutamakan kewajiban saya
	mutiara hikmah	Tidak berpengaruh
	magfirah faizah	Sangat berpengaruh
Menurut Anda, apakah gaya hidup konsumtif sejalan dengan nilai kesederhanaan dalam Islam?	juliasmita	Tidak, gaya hidup konsumtif cenderung mengarah pada pola konsumsi yang berlebihan yang dilarang dalam islam
	raodah	Tidak
	nurhafida	Tidak karena islam mengajarkan agar tidak berlebihan
	nabila fajerin	Tidak karena islam mengajarkan kita diharuskan membeli barang sesuai dengan kebutuhan.
	thea aprilya hasbi	Menurut saya sejalan dengan islam
	nur naila	Tidak karena gaya hidup konsumtif bertentangan dengan nilai-nilai kesederhanaan dalam islam
	asrita	Tidak
	mutiara hikmah	Tidak karena dalam islam hidup harus sesuai dengan yang dibutuhkan
	magfirah faizah	Tidak sejalan
	<b>Hifz AL-NASL</b>	
Bagaimana menurut Anda, apakah gaya hidup konsumtif karena FoMO bisa berpengaruh pada generasi berikutnya (adik, teman, anak di masa depan)?	juliasmita	Sangat bisa berpengaruh karena budaya fomo yang berkelanjutan dapat mempengaruhi pola konsumsi yang berlebihan
	raodah	Iya mereka akan meniru kita terutama keluarga terdekat seperti adik
	nurhafida	Bisa jadi karena pengaruh lingkungan
	nabila fajerin	Iya karena bisa meniru orang-orang terdekat dan teman-teman menurut saya lebih mempengaruhi
	thea aprilya hasbi	Sangat sangat berpengaruh, gaya hidup atau fomo yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi orang lain yang ada disekitarnya.
	nur naila	Iya bisa karena generasi berikutnya cenderung meniru perilaku-perilaku konsumtif yang mereka lihat
	asrita	Sangat berpengaruh dimasa depan karena mereka hanya mengikuti tren yang ada tidak memilih mana kebutuhan yang harus dipenuhi

	mutiara hikmah	Bisa jadi berpengaruh terutama dalam perilaku pembelian kita
	magfirah faizah	
Apakah Anda merasa pola konsumsi mahasiswa bisa menjadi budaya yang ditiru oleh orang lain?	juliasmita	Iya karena mahasiswa sering dianggap sebagai symbol generasi muda dan modern
	raodah	Iya bisa
	nurhafida	Bisa karena kadang
	nabila fajerin	Iya
	thea aprilya hasbi	Iya pola konsumsi mahasiswa bisa menjadi conoth dan mempengaruhi kebiasaan orang lain
	nur Naila	Tidak, karena maraknya berbagai kasus mahasiswa yang memiliki pola dan kebiasaan buruk diperantauan seharusnya menjadi hal yang sangat disarankan untuk dihindari.
	asrita	Tidak
	mutiara hikmah	Bisa karena di era digital banyaak di media sosial yang bisa ditiru oleh Masyarakat umum
	magfirah faizah	



**Lampiran 6: Dokumentasi Hasil Wawancara**



Wawancara dengan Mutiara hikmah mahasiswa manajemen syariah



Wawancara dengan nabila fajerin mahasiswa perbankan syariah



wawancara dengan juliasmita mahasiswa ekonomi syariah



Wawancara dengan raodah mahasiswa ekonomi syariah



Wawancara dengan thea aprilya hasbi mahasiswa perbankan syariah



Wawancara dengan nur Naila program studi akuntansi syariah



Wawancara dengan nurhafida ekonomi syariah



Wawancara dengan asrita dalle akuntansi syariah



Wawancara dengan magfirah Faizah mahasiwa manajemen syariah

### **Riwayat Hidup**



**Windianti**, lahir di Desa Tanjung pada tanggal 04 januari 2004, penulis merupakan anak kedua dari pasangan Wahid dan Nurlia. Penulis memulai Pendidikan formal di SDN 331 tanjong. Kemudian melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Bua Ponrang pada tahun 2018, lalu melanjutkan Pendidikan ke SMA Negeri 15 Luwu dan lulus pada tahun 2021. Dan pada tahun 2022 penulis diterima di salah satu Universitas di kota palopo yaitu Universitas Islam Negeri Palopo sebagai mahasiswa program studi ekonomi syariah, fakultas ekonomi dan bisnis islam.

