PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
2026, Vol. 4, No. 5, 224-231
https://doi.org/10.55681/primer.v4i5.623

Tinjauan Teori Permintaan Islami terhadap Pola Konsumsi Pekerja *Freelance* di Era Perkembangan *Artificial Intelligence (AI)*

Fatikhatul Inayah[1*], Akhmad Faozan[2]
[1,2] UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Corresponding Author's e-mail : fatikhatuliin@gmail.com

e-ISSN: 2985-7996

Article History:
Received: August 07, 2026
Revised: September 12, 2026
Accepted: October 26, 2026

© 2026, Fatikhatul Inayah

Abstrak : Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu menganalisis terkait penerapan prinsip ekonomi islam oleh pekerja freelance diera perkembanagn AI. Fokus penelitian ini adalah meneliti perilaku konsumsen dan pola pendapatan pekerja *freelance*. Objek kajian dalam penelitian ini adalah literatur ekonomi Islam maupun kontemporer. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder, yaitu berasal dari jurnal dan artikel ilmiah mengenai pola konsumsi pekerja *freelance* dan AI yang diterbitkan 5 tahun terakhir. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya perkembangan AI meningkatkan angka permintaan suatu barang. Namun, dalam praktiknya pekerja *freelance* seringkali mengabaikan prinsip Syariah dalam melakukan konsumsi barang. AI yang memunculkan sifat *impulsive buying* mendorong pekerja *freelance* untuk melakukan permintaan barang bukan karena kebutuhan namun karena keinginan. Hal ini menyebabkan adanya konsumsi yang berlebihan *(Israf)* yang dilarang dalam prinsip eknomi Islam

Kata Kunci : Permintaan Islami, *Freelance, Artificial Intelligence (AI)*

Abstract *: This study employs a descriptive qualitative approach to analyze the application of Islamic economic principles by freelance workers in the era of artificial intelligence (AI) development. The research focuses on the consumer behavior and income patterns of freelancers. The subjects of this study are both classical Islamic economic literature and contemporary sources. Secondary data were utilized, drawn from academic journals and scholarly articles published within the last five years concerning the consumption patterns of freelancers and the role of AI. Data analysis was conducted using a descriptive analytical method. The findings indicate that the advancement of AI has increased the demand for goods; however, in practice, freelancers often overlook Sharia principles when consuming these goods. AI-driven features that encourage impulsive buying lead freelancers to demand goods based on desire rather than genuine need. This results in excessive consumption (*israf*), which is prohibited under Islamic economic principles.*

Keywords*: Islamic Demand, Freelance, Artificial Intelligence (AI)*

How to cite: Inayah, F., & Faozan, A. (2026). Tinjauan Teori Permintaan Islami terhadap Pola Konsumsi Pekerja Freelance di Era Perkembangan Artificial Intelligence (AI). *PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *4*(5), 224–231. https://doi.org/10.55681/primer.v4i5.623

PENDAHULUAN

Perkembangan teknonogi yang semakin maju memunculkan fenomena baru di tengah masyarakat. Contoh salah satu fenomena yang muncul karena didorong oleh perubahan besar teknologi adalah fenomena pekerja *freelance* (pekerja lepas). Pekerja *freelance* adalah tipe pekerjaan dimana seseorang bekerja tanpa terikat kontrak dalam jangka Panjang (Santriati, n.d.). Di zaman yang serba digital seperti ini kebanyakan orang lebih memilih bekerja *freelance* dibandingkan menjadi karyawan kontrak.

Bersamaan dengan fenomena tersebut, inovasi teknologi melahirkan kapabilitas kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) yang meresap ke dalam berbagai dimensi aktivitas manusia. Kehadiran AI tidak sebatas berfungsi sebagai instrumen peningkat produktivitas yang mempercepat penyelesaian tugas teknis, melainkan juga bertindak sebagai arsitek yang merancang pengalaman pengguna secara personal. Platform perdagangan elektronik (e-commerce) dan media sosial mengintegrasikan algoritma cerdas guna memetakan riwayat penelusuran, pola interaksi, serta kecenderungan transaksi setiap penggunanya. Pemetaan data berskala masif ini digunakan untuk memprediksi probabilitas pembelian, menyajikan rekomendasi produk yang sangat spesifik, dan menciptakan stimulus visual yang memantik hasrat konsumsi.

Ledakan teknologi yang semakin berkembang pesat juga melahirkan *Artificial Intellegence* (AI). AI memberikan dampak positif kepada orang yang memahami penggunaannya. Contoh pengaruh nyata adalah pada pekerja *freelance.* Adanya AI meningkatkan produktivitas dan kecepatan produksi bagi para pekerja sehingga mampu memberikan efisiensi waktu (Amelia Ismiani et al., 2026). Para pekerja *freelance* yang menguasai AI akan mampu mengerjakan proyek yang kompleks sehingga mengalami kenaikan pendapatan yang signifikan.

Dampak munculnya AI juga memberikan pengaruh terhadap permintaan suatu barang. *Platform e-commerce* dan media sosial bayak yang sudah memanfaatkan AI untuk menganalisis riwayat pencarian, klik dan pembelian pengguna (Faridatul & Purwanto, 2025). Berdasarkan hasil analisis tersebut menampilkan produk yang banyak diminati oleh konsumen. Dari situlah sebuah *e-commerce* mampu menyusun strategi untuk menarik minat konsumen dan menentukan target pasar yang tepat. Ketika strategi tersebut berhasil memicu keinginan masyarakat untuk membeli barang yang ditawarkan. Dari situlah ketertarikan berubah menjadi transaksi pembelian.

Adanya AI sangat mendorong masyarakat untuk bersikap *impulsive buying* (pembelian tiba-tiba) (January, 2026). Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap permintaan suatu barang. Banyaknya masyarakat yang bersikap *impulsive buying* tentu sangat menaikkan nilai permintaan suatu barang. Dari sisi penjual hal ini sangat menaikkan omset penjualan dan tentu menaikkan keuntungan yang di peroleh oleh perusahaan.

Adanya perilaku *impulsive buying* yang dilakukan oleh pekerja *freelance* dapat menyebabkan krisis keuangan. Hal ini disebabkan karena tidak adanya kepastian penghasilan dalam setiap bulan. Kebiasaan belanja impulsif pada pekerja *freelance* yang tidak dibarengi dengan dana darurat akan memperbesar resiko krisis keuangan ketika masa sepi (Nadia Alfi Rahmah et al., 2026). Dorongan belanja yang tidak bisa dikendalikan dan tidak diimbangi dengan pemasukan yang ada seringkali memaksa *freelance* menggunakan layanan *paylatter*. Permintaan yang dilakukan oleh *freelach* berubah bukan untuk memenuhi kebutuhan namun hanya sekedar keinginan. Dan saat itulah permintaan tidak sesuai dengan ajaran Islam. Dalam permintaan Islami, tujuan dari permintaan adalah kemaslahatan (Ningsih et al., 2026).

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana prinsip-prinsip dalam permintaan Islami diterapkan oleh para pekerja lepas

(freelanch) di tengah berkembangnya AI yang sagat maju. Kebaruan dari penelitian ini adalah menganalisi bagaimana konsumsi Muslim dibawah ketidakpastian pendapatan dan godaan konsumerisme digital.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif guna mengeksplorasi secara mendalam dinamika perilaku konsumsi Muslim yang berada dalam bayang-bayang fluktuasi pendapatan pekerja lepas dan masifnya perkembangan teknologi pemasaran cerdas. Pendekatan ini dipilih untuk membedah fenomena yang bersifat sosiologis dan teologis tanpa terjebak pada reduksi angka semata. Obyek material kajian berfokus pada interaksi antara pola pendapatan pekerja lepas, tekanan konsumerisme digital, dan kesesuaiannya dengan literatur ekonomi Islam klasik maupun kontemporer.

Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikurasi secara ketat dari literatur akademik, meliputi jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan laporan otoritatif yang diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir (2019-2026). Kriteria inklusi sumber literatur mencakup kajian tentang ekonomi gig, perilaku pembelian spontan (impulsive buying), pemasaran digital, dan teori konsumsi mikro-Islam. Teknik pengumpulan data bersandar pada studi dokumen dan kepustakaan, di mana peneliti melakukan ekstraksi informasi dari berbagai sumber kredibel yang memotret fenomena pekerja lepas di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pergeseran Pegawai Tetap Menuju Pekerja Lepas

Kombinasi antara faktor teknologi, ekonomi dan perubahan gaya hidup seseorang mendorong tenaga kerja yang awalnya pegawai tetap beralih menjadi pekerja *freelance* (Cahyani et al., 2025). Kebanyakan orang memilih bekerja yang tidak terikat kontrak panjang. Hal ini disebabkan sebagian orang merasa bosan ketika menjalankan sebuah pekerjaan dalam waktu yang sangat lama dan tidak diberi kesempatan untuk mencari pengalaman baru ditempat lain.

Selain berkaitan dengan kontrak, pekerja *freelance* dapat diakses melalui internet dan kerja jarak jauh (Amel et al., 2025). Kemajuan infrastruktur digital memungkinkan banyak pekerjaann dilakukan dari mana saja tanpa harus datang ke kantor fisik. Jangkauan pekerja *freelance* juga sangat luas. Seseorang dapat menjalankan tugas dari orang luar negeri meskipun posisinya sedang berada di Indonesia. Adanya dukungan kehadiran dari situs seperti upwork, fiverr mempermudah pekerja lepas menemukan klien dari seluruh dunia langsung. Kemudian adanya alat kolaborasi daring seperti aplikasi zoom, meet membuat koordinasi tim jarak jauh menjadi sangat efisien.

Pekerja tetap yang kemudian beralih menjadi pekerja *freelance* memiliki fleksibilitas waktu dan lokasi. Kebanyakan orang, terutama generasi milenial dan Gen Z lebih menyukai mengatur jam kerja sendiri. Mereka tidak suka terikat jam kerja kantor yang masuk pagi jam 7 kemudian bisa pulang jam 4 sore. Dengan memilih menjadi pekerja lepas, mereka akan bisa mengatur waktu kerjanya, tidak terikat dengan jam kantor. Selain itu, bekerja secara *freelance* memberi ruang lebih besar untuk mengurus keluarga, mengejar hobi dan menjaga kesehatan mental. Pekerja *freelance* tidak terikat pada gaji bulanan yang tetap namun dapat mengambil beberapa proyek sekaligus untuk meningkatkan pendapatan (Keuangan et al., 2024).

Dukungan ekosistem perantara digital turut mempercepat transisi ini. Platform yang mempertemukan permintaan dan penawaran keahlian secara global memangkas rantai birokrasi rekrutmen tradisional. Kolaborasi maya melalui perangkat lunak konferensi video dan manajemen proyek memastikan koordinasi lintas benua berjalan presisi. Fleksibilitas ini sangat selaras dengan preferensi demografi usia produktif yang menginginkan keseimbangan antara tuntutan profesionalisme, peran domestik keluarga, serta stabilitas kesehatan mental. Absennya gaji tetap per bulan tidak menyurutkan minat, sebab kompensasi diperoleh dari akumulasi penyelesaian berbagai portofolio proyek yang dapat dikerjakan secara paralel.

Selain faktor dari dalam diri pekerja *freelance,* pergeseran tenaga kerja seperti ini juga disebabkan karena strategi efisiensi perusahaan (Amel et al., 2025). Perusahaan yang sedang melakukan efisiensi anggaran biasanya melakukan pengurangan biaya operasional. Dengan merekrut tenaga *freelance* membantu perusahaan menghemat biaya tetap seperti seperti tunjangn Kesehatan, pesangon dan pajak karyawan. Selain itu, perusahan dapat menggunakan tenaga ahli dalam kondisi tertentu saja. Jadi kebutuhan tenaga kerja lebih fleksibel dan perusahaan bisa mendapatkan pekerja dengan keahlian khusus dalam jangka pendek tanpa harus merekrut karyawan tetap baru yang prosesnya lama dan tentu harus membayar gaji yang tinggi.

Dari sisi korporasi, rekrutmen pekerja lepas merupakan manifestasi dari strategi restrukturisasi efisiensi beban operasional. Menggandeng tenaga lepas membebaskan perusahaan dari kewajiban pembayaran komponen biaya tetap, seperti tunjangan struktural, asuransi, pesangon, dan pajak kepegawaian. Skema rekrutmen berbasis proyek ini memungkinkan perusahaan merekrut tenaga ahli berkualifikasi tinggi hanya pada saat dibutuhkan (on-demand), menciptakan kelincahan organisasi dalam merespons volatilitas pasar. Data demografis menunjukkan angka partisipasi pekerja lepas di Indonesia telah melampaui 33 juta jiwa dan menunjukkan tren eskalasi progresif. Sektor dominan yang menyerap tenaga kerja ini mencakup industri kreatif, desain visual, rekayasa perangkat lunak, dan produksi konten digital.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pekerja lepas di Indonesia tercatat mencapai lebih dari 33 juta jiwa dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Hikmawati, 2024). Profesi yang paling banyak digeluti meliputi penulisan konten, desain grafis, dan konten kreator.

b. Penerapan Prinsip-Prinsip dalam Permintaan Islami oleh Pekerja Freelance di era Perkembangan Artificial Intelligence

Dalam perspektif ekonomi Islam, tujuan dari permintaan adalah kemaslahatan (Nadia Alfi Rahmah et al., 2026). Permintaan islam bukan hanya untuk mencapai kepuasan semata namun untuk mencapai kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat. Konsep dasar permintaan dalam ekonomi Islam meliputi:

1) **Berorientasi pada kebutuhan bukan keinginan** (Makin et al., 2023)

Pondasi ekonomi konvensional yang melegitimasi segala bentuk permintaan selama ditopang oleh daya beli berbenturan dengan hierarki kebutuhan Islam. Fluktuasi arus kas pekerja lepas menciptakan bias persepsi kekayaan. Penerimaan honorarium dalam nominal besar usai merampungkan mega-proyek menimbulkan ilusi kelimpahan absolut. Ilusi ini melemahkan filter rasionalitas, mendorong alokasi dana secara instan menuju pemenuhan hasrat tersier (tahsiniyah) atau bahkan di luar batas kebutuhan, mengabaikan pencadangan dana untuk fase kekeringan proyek.

Dalam ekonomi konvensional, permintaan bertujuan untuk kepuasaan individu, namun dalam ekonomi islam, permintaan harus di dasarkan pada skala prioritas yaitu:

a) **Dharuriyah**

Dharuriyah merupakan kebutuha yang wajib dipenuhi. Kebutuhan Dharuriyah biasanya disebut dengan kebutuhan primer, yaitu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi demi kelangsungan hidup seseorang

b) **Hajiyah**

Kebutuhan Hajiyah merupakan kebutuhan penunjang untuk memberikan kemudahan. Kebutuhan hajiyah biasanya disebut dengan kebutuhan sekunder.

c) **Tahsiniyah**

Kebutuhan tahsiniyah merupakan kebutuhan pelengkap untuk menyempurnakan hidup. Kebutuhan tahsiniyah disebut juga dengan kebutuhan tersier

Seiring berkembangnya AI dalam kehidupan manusia memang mempermudah pekerjaan manusia. Namun juga mengubah pola kehidupan manusia. Semakin canggih penerapan AI dalam *platform* digital dan *e-commerce* semakin tinggi pula dorongan konsumen untuk berbelanja secara spontan (January, 2026). Seorang pekerja *freelance* tidak memiliki gaji yang pasti. Ketika mereka memperoleh proyek banyak dan mendapatkan uang dalam jumlah besar menimpulkan rasa bahwa mereka sedang sangat kaya. Hal ini memicu diri seorang *freelance* untuk berbelanja secara spontan. Barang yang mereka beli didorong oleh pendapatan yang sedang banyak.

Selain pendapatan, perilaku *impulsive buying* juga seringkali terjadi karena *self-reward* dan stress kerja (Lichalda Az-Zahra et al., 2026). Seorang pekerja *freelance* sering mengalami tekanan karena banyaknya *jobdesk* yang ia pegang dalam tenggat waktu yang tidak lama menyebabkan dia terdorong untuk membeli *self reward* untuk diri sendiri sebagai penghargaan diri telah menyelesaikan suatu pekerjaan. Biasanya itu dilakukan untuk menghilangkan rasa stress saja bukan membeli sesuatu karena kebutuhan. Hal ini menyebabkan permintaan yang dilakukan oleh pekerja *freelance* belum sesuai dengan ajaran Islam. Permintaan yang seharusnya dilakukan sesuai dengan skala prioritas namun dilakukan hanya dengan nafsu semata.

2) Prinsip Halal dan Thayib (Makin et al., 2023)

Dalam permintaan Islami, barang atau jasa yang diminta wajib memenuhi kriteria halal seacara hukum syariat baik, bersih, dan bermanfaat bagi tubuh maupun lingkungan. Dalam praktiknya, tidak semua pekerja *freelance* memperhatikan prinsip *halal dan thoyib* ketika melakukan pembelian. Kesadaran tersebut sangat bergantung pada diri masing-masing individu. Ketika melakukan pembelian secara *impulsive buying*, kebanyakan cenderung memutuskan pembelian dengan cepat, tanpa berfikir panjang dan mengabaikan pertimbangan syariat. Selain itu, membeli barang karena lapar mata atau hanya keinginan tiba-tiba tidak sesuai dengan konsep toyyib. Sesungguhnya prinsip toyib berarti baik, sehat, berkualitas, dan membawa *maslahah* (manfaat).

Kecepatan pengambilan keputusan dalam siklus impulsive buying mereduksi proses verifikasi konsumen terhadap kualitas dan urgensi barang. Transaksi yang dilandasi oleh dorongan visual atau "lapar mata" menggugurkan elemen thayyib. Pembelian barang yang tidak mendatangkan nilai tambah konkret, meskipun secara substansi halal, tidak merepresentasikan kebaikan komprehensif yang dikehendaki syariat.

3) Larangan Berlebihan (Israf)

Seorang muslim tidak dibolehkan untuk mengkonsumsi barang secara berlebih-lebihan (Melis, 2015). Hal ini dikarenakan agar barang tidak mubadzir. Larangan tersebut tertuang jelas dalam *Al-Quran* Q.S Al-A'raf ayat 31 yang menyebutkan bahwa dalam mengkonsumsi tidak boleh berlebihan. Para pekerja *freelance* seringkali tidak menyadari larangan israf ketika melakukan pembelian. Hal ini terjadi ketika mereka sedang memiliki pendapatan banyak. Ketika mereka menerima bayaran besar, muncul hal yang membuat mereka lupa mengontrol diri. Ketika melihat saldo rekening yang banyak secara tiba-tiba menciptakan keinginan bahwa uang tersebut bebas digunakan, sehingga prinsip kehati-hatian dan larangan hidup berlebihan terabaikan.

Dimensi Kajian	Ekonomi Konvensional	Ekonomi Islam (Syariah)
Motif Utama	Optimalisasi kepuasan individu (Utility maximization).	Pencapaian kemaslahatan terpadu (Falah dunia & akhirat).
Batasan Konsumsi	Ditentukan sepenuhnya oleh daya beli dan anggaran.	Dibatasi oleh norma halal, thayyib, dan larangan israf.
Hierarki Prioritas	Cenderung bias pada keinginan (wants) yang dimanipulasi pasar.	Berpedoman ketat pada dharuriyah, hajiyah, dan tahsiniyah.

Sifat Permintaan	Sekuler, bebas nilai, berorientasi materialistis.	Transendental, terikat nilai moral, berorientasi ibadah.
Respons terhadap AI	Pasrah pada dorongan algoritma demi pemenuhan emosional instan.	Kritis dan selektif, menimbang maslahat sebelum transaksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Adanya perkembangan AI meningkatkan angka permintaan suatu barang. Namun, dalam praktiknya pekerja freelance seringkali mengabaikan prinsip Syariah dalam melakukan konsumsi barang. AI yang memunculkan sifat impulsive buying mendorong pekerja freelance untuk melakukan permintaan barang bukan karena kebutuhan namun karena keinginan di saat menerima banyak penghasilan. Hal ini menyebabkan adanya konsumsi yang berlebihan (Israf) yang dilarang dalam prinsip eknomi Islam.

Bagi seorang pekerja freelance sebaiknya melakukan pencegahan pembelian barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Caranya dengan memisahkan rekening operasional, tabungan darurat dan dana hiburan ketika menerima pembayaran, tetapkan anggaran untuk self reward. Lebih mengontrol diri dan mengatur skala prioritas kebutuhan.

Eskalasi kecerdasan buatan dalam ranah komersial memicu intensifikasi permintaan agregat melalui teknik manipulasi psikologis. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pekerja lepas rentan mengesampingkan parameter kepatuhan syariah tatkala mengelola hasil jerih payahnya. Dorongan pembelian tak terencana yang dirancang oleh mesin algoritma menyuburkan transisi motif konsumsi dari pemenuhan kebutuhan dasar menuju pemuasan hasrat semu. Terjadinya penumpukan harta pada barang yang minim maslahat merepresentasikan tindakan israf yang mencederai prinsip ekonomi makro dan mikro Islam. Penguasaan diri dan rekalibrasi orientasi belanja sesuai skala dharuriyah menjadi prasyarat mutlak bagi para pekerja lepas demi menjaga kelestarian aset, stabilitas mental, dan keberkahan rezeki di tengah laju otomasi niaga digital.

DAFTAR PUSTAKA

Amel, Agusmidah, & Dedi Harianto. (2025). Journal of Innovative and Creativity Transformasi Dunia Kerja Era Digital (Pergeseran Dari Pekerja Kantoran Kepekerja Freelance Berdasarkan Teori Perubahan Sosial). *Journal of Innovative and Creativity*, *5*(3), 2025.

Amelia Ismiani, Audra Nur Fatimah, Sellia Aura Mumtaza, & Sri Mulyeni. (2026). Dampak Kecerdasan Buatan (AI) terhadap Produktivitas dan Efisiensi Operasional Perusahaan. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *4*(3), 49–60. https://doi.org/10.61132/maeswara.v4i3.2584

Cahyani, N. N. R., Nur`aini, A.-Z., Safrida, M., Meilani, R. P., Setyorati, E. N., Dewi, M., Maharani, N. S., Abdillah, A. N., Paningrum, C. C., Wijaya, S. F. T., Khoirina, V. N., & Zanuba, M. (2025). Pengaruh Pekerjaan Paruh Waktu sebagai Freelancer terhadap Produktivitas Akademik dan Keuangan Mahasiswa di Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Majemuk*, *4*(3), 776–789. http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk

Faridatul, F., & Purwanto, M. B. (2025). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam

Pemasaran Digital : Tantangan dan Peluang aspek kehidupan , termasuk dalam bidang ekonomi dan pemasaran . Kemajuan ini Intelligence (AI). merek dan konsumen . Teknologi ini memungkinkan perusahaan memaham. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *5*(3), 16. https://www.researchgate.net/publication/393699441_Pemanfaatan_Artificial_Intelligence_AI_dalam_Pemasaran_Digital_Tantangan_dan_Peluang

Hikmawati, U. N. (2024). DI AMBANG KEGAIRAHAN DAN KERENTANAN (Fleksibilitas Freelance Industri Kreatif Desain di Yogyakarta). *Jurnal Studi Pemuda*, *12*(1), 50. https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.85200

January, D. (2026). Pengaruh Personalisasi Artificial Intelligence Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Konsumen Pada Platform E-commerce. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, *4*(2), 162–176. https://doi.org/10.38035/jmpd.v4i2.632

Keuangan, J., Kamarudin, O., Agama, I., Negeri, I., Ambon, I., & Sitasi, C. (2024). *Currency : Currency : 03*, 362–373.

Lichalda Az-Zahra, B., Rahmah, A. K., Mutiara Prajnaparamita, D., Ghilman, M. S., & Al Hakim, I. (2026). Pengaruh Stres terhadap Perilaku Pembelian Impulsif sebagai Bentuk Pemenuhan Kebutuhan Emosional pada Platform Online Shop. *JPIM : Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, *03(1)*(01), 3089–0128.

Makin, A., El Muna, N., & Ashlihah, A. (2023). Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional. *Istismar*, *6*(1), 1–9. https://doi.org/10.32764/istismar.v6i01.3425

Melis. (2015). Prinsip Dan Batasan Konsumsi Islami. *Islamic Banking*, *1*(1), 13–19.

Nadia Alfi Rahmah, Rusnawati Rusnawati, & Wahidah Abdullah. (2026). Financial Fragility dan Financial Well-Being Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Dimoderasi Oleh Financial Literacy di Kota Makassar. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *6*(2), 1804–1819. https://doi.org/10.55606/jaemb.v6i2.10562

Ningsih, D. W., Mahyarni, M., & Hardiansyah Siregar, K. (2026). Analisis Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro Dalam Konsep Permintaan Menurut Perspektif Islam: Suatu Kajian Studi Pustaka. *Jurnal Ekonomi Sakti (Jes)*, *14*(3), 295–308. https://doi.org/10.36272/jes.v14i3.439

Santriati, A. T. (n.d.). *Kebijakan Pemerintah terhadap Perlindungan Hak Pekerja Freelanch (Harian Lepas) di Indonesia*. *2*(1), 46–69.