

KONSUMERISME PADA SANTRI DI ERA DIGITAL

A'yunis Suadah Hidayat, Alin Nuril Asyifin, Mohammad Zainudin Aklis

Universitas Ivet Semarang

yuyunayunis92@gmail.com, alinasyifin@gmail.com, akliez.zaen@gmail.com

ABSTRACT

Socio-economic changes and globalization have changed the cultural patterns of community consumption, including among santri. The phenomenon of consumerism that is developing today shows that santri, who should live a simple and zuhud life, are actually trapped in consumptive behavior. This study aims to identify the factors that influence the consumptive behavior of santri. The impact of this consumptive behavior is a decrease in the application of the values of simplicity and zuhud, which should be a characteristic of santri life. Consumerism can lead to wasteful behavior and violate Islamic principles, so it needs better awareness and education to overcome it.

Keywords: Consumerism, Santri, Zuhud.

ABSTRAK

Perubahan sosial ekonomi dan globalisasi telah mengubah pola budaya konsumsi masyarakat, termasuk dikalangan santri. Fenomena konsumerisme yang berkembang saat ini menunjukkan bahwa santri yang seharusnya menjalani hidup sederhana dan zuhud, justru terjebak dalam perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif santri. Dampak dari perilaku konsumtif ini, yaitu penurunan penerapan nilai-nilai kesederhanaan dan zuhud, yang seharusnya menjadi karakteristik kehidupan santri. Konsumerisme dapat mengarah pada perilaku boros dan melanggar prinsip-prinsip Islam, sehingga perlu kesadaran dan pendidikan yang lebih baik untuk mengatasinya.

Kata Kunci : Konsumerisme, Santri, Zuhud.

PENDAHULUAN

Kehidupan santri di pondok pesantren telah lama identik dengan kesederhanaan, kedisiplinan, dan fokus pada nilai-nilai keagamaan (Oktari & Kosasih, 2019). Namun, perkembangan era digital telah membawa perubahan besar dalam pola pikir, perilaku, dan gaya hidup, termasuk di kalangan santri. Fenomena konsumerisme yang merujuk pada pola konsumsi berlebih atau kecenderungan untuk memprioritaskan kepemilikan barang dan jasa sebagai simbol status sosial, kini mulai menyentuh lingkungan pesantren (Syarifuddin, 2022). Penggunaan internet, media sosial, dan platform *e-commerce* telah memperluas akses santri terhadap berbagai informasi dan produk yang sebelumnya sulit dijangkau. Kemudahan ini membawa dampak positif, seperti memperkaya wawasan dan mempermudah aktivitas sehari-hari. Namun, di sisi lain, hal ini juga membuka peluang munculnya gaya hidup konsumtif yang kurang sesuai dengan nilai-nilai kesederhanaan yang diajarkan di pesantren.

Dalam konteks ini, menarik untuk mengkaji bagaimana konsumerisme berkembang di kalangan santri di era digital, faktor-faktor apa saja yang memengaruhinya, serta bagaimana pesantren dapat menghadapi tantangan tersebut tanpa kehilangan esensi pendidikan moral dan spiritual. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam

hubungan antara kemajuan teknologi, budaya konsumerisme, dan peran pesantren dalam menjaga identitas keislaman santri di tengah arus globalisasi yang semakin masif.

Perubahan sosial ekonomi dan globalisasi telah berdampak pada pola budaya konsumsi. Melalui perubahan pemaknaan sesuatu yang dikonsumsi sebagai objek menjadi suatu “tanda” dari identitas dan status sosial. Kini produk-produk industri dijadikan sebagai simbol untuk memperoleh makna dan posisi sosial sehingga layak diperjuangkan dalam kerasnya kehidupan. Lahirnya masyarakat mengubah orientasi konsumsinya dari memenuhi kebutuhan biologis menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan sosiologis. Konsumsi telah menjadi kelaziman, rutinitas kegiatan, dan identitas masyarakat postmodern. Aktivitas konsumsi bertransformasi menjadi konsumerisme (Bakti et al., 2019).

Konsumerisme merupakan paham atau ideologi yang menjadikan individu atau kelompok melakukan atau menjalankan proses konsumsi atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatutnya secara sadar dan berkelanjutan (Suciptaningsih, 2017). Teknologi yang semakin canggih, dengan kemudahan yang disajikan membuat perilaku konsumtif semakin menjamur, apalagi bagi kalangan remaja. (Istiqomah, n.d.) Dalam konsumerisme, perilaku konsumen mudah terbujuk oleh promosi dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan, lebih memilih barang-barang bermerek yang sudah dikenal luas tanpa melihat keterjaminan mutu produk itu sendiri, dan memilih barang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan dan gengsi. (Mustafida, 2023)

Perilaku konsumtif saat ini menjangkiti seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali para santri. Santri yang seharusnya dapat menahan diri dari perilaku berlebih-lebihan seharusnya dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Namun faktanya, tidak sedikit para santri yang terjerumus dalam pola perilaku yang konsumtif. (Bakti et al., 2019) Hal ini disebabkan karena santri mulai tertarik bahkan kecanduan untuk bermain social media yang merupakan salah satu media periklanan favorit baik bagi kalangan pebisnis maupun bagi pelanggannya. perilaku konsumtif pada santri tidak dapat dielakkan lagi, santri zaman sekarang sudah jarang sekali untuk menjalankan gaya hidup sederhana. (Maghfiroh et al., 2020)

Melihat dari busana yang di pakai saja mereka seakan-akan berlomba-lomba soal pakaian, ingin terlihat paling bagus pakaiannya. Permasalahan seperti ini mungkin tidak terlalu rumit bagi santri yang berasal dari kalangan keluarga menengah ke atas. Namun hal seperti ini membawa efek negatif pada santri yang lain atau teman-teman sepondoknya. Terjadinya perilaku konsumtif pada santri disebabkan oleh lingkungan itu sendiri (Maghfiroh et al., 2020). Keadaan tersebut membuat santri sulit untuk menerapkan hidup sederhana atau zuhud, padahal Islam tidak menganjurkan untuk berperilaku konsumtif karena akan mengarah ke perilaku riya, takabur dan sulit bersyukur (Mustafida, 2023).

Dari latar belakang tersebut, ditarik simpulan bahwa perubahan sosial ekonomi dan globalisasi telah mengubah pola budaya konsumsi masyarakat, termasuk dikalangan santri. Fenomena ini menunjukkan bahwa santri, yang diharapkan menjalani hidup sederhana dan zuhud, justru terjebak dalam fenomena tersebut. Lingkungan sosial dan pengaruh media sosial menjadi faktor utama yang memperkuat perilaku konsumtif ini. Berdasarkan analisis tersebut, tulisan ini hendak mengungkap apa saja faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan santri dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini,

dan dampak perilaku konsumtif terhadap penerapan nilai-nilai kesederhanaan dan zuhud dikalangan santri.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena konsumerisme di kalangan santri. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang fenomena yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisis (Sugiyono, 2019). Data dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis literatur yang mencakup buku, artikel ilmiah, dan sumber relevan lainnya yang membahas topik konsumerisme di lingkungan pendidikan, khususnya di pesantren. Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif untuk mengidentifikasi, mengorganisasi, dan mengeksplorasi informasi yang tersedia dalam literatur. Data yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pola konsumerisme di kalangan santri, termasuk faktor-faktor yang memengaruhinya dan dampaknya terhadap kehidupan mereka (Moloeng, 2010). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan fenomena berdasarkan informasi yang tersedia tanpa melakukan pengumpulan data lapangan. Dengan demikian, penelitian ini bersifat eksploratif dan berfungsi sebagai dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih empiris (Nazir, 2014).

HASIL DAN BAHASAN

Berdasarkan penelitian (Anggraeni & Khasan, 2018) ada 3 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumerisme dikalangan santri dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi, yaitu media sosial, pengaruh sosial, dan kemudahan mengakses teknologi. (Murwanti, 2017) menambahkan budaya sebagai factor konsumerisme di kalangan santri.

Media Sosial dan Pengaruh Sosial

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. (Anggraeni & Khasan, 2018) Banyak media sosial bermunculan dengan berbagai fitur yang bisa dimanfaatkan untuk sarana berpromosi. Promosi bisa dilakukan melalui jejaring sosial yang mampu menghapus jarak dan waktu. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk semakin gencar dilakukan. (Raheni, 2018).

Dengan kemudahan yang disajikan ini tanpa disadari membuat seseorang menjadi konsumtif (Istiqomah, n.d.). Dampak dari media sosial dapat memberi harapan yang tidak realistis dan menciptakan perasaan ketidak cukupan serta kepercayaan diri rendah bagi remaja atau kaum muda. Perasaan ketidak cukupan pada kaum muda akan memunculkan keinginan untuk menutupinya dengan cara terlihat lebih. (Indriyani & Suri, 2020) Kuatnya pengaruh konsumerisme ini hampir dirasakan oleh semua kalangan remaja. Tak terkecuali pada remaja yang berstatus sebagai seorang santri. (Istiqomah, n.d.).

Pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana individu dipengaruhi oleh opini atau tindakan orang lain dalam memutuskan untuk membeli produk atau layanan tersebut.(Amirulloh et al., 2024) Dalam konteks santri, pengaruh teman sangat besar dalam keputusan belanja mereka. Santri cenderung mengikuti dan menggunakan produk yang sama dengan temannya, membeli barang bermerek yang mahal, serta skincare dan makeup, sehingga uang saku sering habis untuk barang yang tidak diperlukan. Konsumtisme ini sering membuat santri melanggar peraturan pondok, seperti berpakaian yang tidak sesuai, karena ingin mengikuti tren yang berkembang di luar pondok.(Afdiana et al., 2024) Selain itu, jika orang tua memiliki status sosial ekonomi yang tinggi dan berpenghasilan tinggi, mereka cenderung memiliki pola konsumtif yang boros dan menghambur-hamburkan uangnya. Sebaliknya, seseorang yang berasal dari keluarga dengan status sosial ekonomi biasa dan berpendapatan rendah cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan hartanya, tidak konsumtif, dan lebih memperhatikan pengeluarannya. Dari sini dapat kita lihat bahwasanya bukan hanya teman yang dapat memberikan pengaruh tetapi factor status social juga memiliki peluang yang sama dalam memberikan pengaruh konsumerisme tinggi pada santri.(Safitri et al., 2024).

Di era modern ini sudah tidak asing lagi bagi kita mendengar tentang teknologi, semua hal kini dapat di akses dan dipermudah dengan memanfaatkan teknologi. Bukan hanya itu, teknologi juga membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi dan gaya hidup. Salah satu perubahan mencolok adalah kemunculan dan pertumbuhan pesat e-commerce atau belanja online, yang menjadi fenomena global dan mempengaruhi semua kelompok usia, terutama remaja.(Rohmah et al., 2024)Remaja, sebagai kelompok yang paling adaptif terhadap teknologi, menunjukkan kecenderungan kuat untuk mengadopsi belanja online karena kemudahan akses, ragam pilihan produk, kemudahan transaksi, serta daya tarik promosi dan diskon yang ditawarkan oleh berbagai platform e-commerce. Pada kalangan masyarakat, perilaku konsumtif semakin menjadi-jadi, tanpa terkecuali. Kemudahan dalam mengakses internet membuat semua orang merasa sangat dekat dengan informasi yang tersebar, tidak hanya sebatas pada perolehan informasi akademis, namun juga pada perolehan informasi promo atas berbelanja online.(Jannah et al., 2024).

Konsumerisme di Kalangan Santri

Konsumerisme di kalangan santri, atau pelajar di pesantren, dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya yang ada dalam masyarakat. Nilai-nilai budaya yang ditanamkan melalui pendidikan Islam di pesantren berperan penting dalam membentuk karakter dan perilaku santri, termasuk dalam hal konsumsi. Pendidikan di pesantren tidak hanya fokus pada ilmu agama tetapi juga pada penanaman nilai-nilai etika dalam bertransaksi dan berinteraksi dengan masyarakat. Santri diajarkan untuk memahami pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan sikap tawadhu' dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan konsumsi. Konsumerisme yang sehat dapat terbentuk ketika santri memahami batasan-batasan etis dalam berbelanja dan menggunakan barang.(Maskur, 2020) Banyak pesantren yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal ke dalam kurikulum mereka. Hal ini menciptakan kesadaran akan identitas budaya yang dapat mempengaruhi pola konsumsi, seperti memilih produk lokal daripada barang-barang dari luar daerah.(Fithri, 2019).

Kemajuan teknologi informasi memungkinkan santri terpapar pada berbagai informasi global melalui literasi digital. Nilai-nilai kosmopolitanisme Islam yang diterapkan di pesantren modern membantu santri untuk memahami dinamika globalisasi dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi. Kesadaran akan pentingnya memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam pun tumbuh. Namun, tantangan tetap ada; pengaruh globalisasi dan gaya hidup modern yang cenderung hedonis dapat menggoyahkan nilai-nilai tradisional yang telah ditanamkan, sementara masyarakat yang semakin materialistis dapat mempengaruhi santri untuk lebih mementingkan kepemilikan barang daripada nilai-nilai spiritual dan sosial (Tang et al., 2024).

Dampak Konsumerisme pada Santri

Konsumerisme merupakan paham yang memotivasi perilaku konsumtif tanpa batas dan menciptakan budaya konsumtif yang mendalam. Gaya hidup konsumtif dipengaruhi oleh nilai kapitalisme, status sosial, dan identitas individu, seringkali dipengaruhi oleh media dan selebritas. Budaya konsumerisme membentuk struktur sosial, menciptakan ketidaksetaraan, dan dianggap sebagai paksaan yang memberikan identitas dalam masyarakat. Perilaku konsumerisme berdampak pada pandangan diri manusia, mengarah pada kekosongan eksistensial dan kehilangan makna hidup, serta dianggap sebagai penyakit jiwa yang sulit dihilangkan, menandai kompleksitas dan dampaknya dalam kehidupan manusia. (Umam, 2024).

Zuhud yang identik dengan hidup sederhana, terutama dalam lingkungan pesantren, adalah bagian integral dari kehidupan santri. Lingkungan pesantren berusaha menumbuhkan pola hidup sederhana dan selalu berpegang pada asas hidup hemat, menjadikan kesederhanaan sebagai ciri khas kehidupan santri. Namun, bukan berarti hidup sederhana dilakukan dengan berpakaian compang-camping atau tidur tanpa alas. (Naylurrohmah, 2020) Sayangnya, fenomena konsumerisme di kalangan santri semakin mengkhawatirkan dan melanggar prinsip Islam yang mengajarkan untuk tidak berperilaku berlebihan dalam memenuhi kebutuhan hidup, tidak menghambur-hamburkan uang, dan tidak tamak dalam mengonsumsi barang. Perilaku israf sangat dibenci oleh Allah sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31.

﴿يَبْنَیْ اَدَمَ خُدُوْا زِبْنَئِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِیْنَ ؕ﴾

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Banyak santri belum menyadari pentingnya kesederhanaan dalam konsumsi; mereka cenderung mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, sering membeli barang mewah seperti skincare dan pakaian bermerek, sehingga melanggar prinsip konsumsi Islam yaitu tabzir (boros). Tanpa disadari, mereka juga berperilaku israf (berlebihan) dalam membeli barang atau produk yang sedang tren. (Hasanah & Abrori, 2023)

PENUTUP

Perubahan sosial ekonomi dan globalisasi telah mengubah pola budaya konsumsi masyarakat, termasuk dikalangan santri. Fenomena konsumerisme menunjukkan, santri yang seharusnya hidup sederhana dan zuhud, terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Faktor-faktor seperti media sosial, pengaruh teman sebaya, akses terhadap teknologi dan nilai-nilai budaya berkontribusi pada perilaku ini. Media sosial menciptakan harapan tidak realistis dan perasaan ketidakcukupan, sementara pengaruh teman mendorong untuk mengikuti trend an membeli barang bermerek yang mahal.

Dampak dari perilaku konsumtif santri, yaitu penurunan penerapan nilai-nilai kesederhanaan dan zuhud, dimana santri lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, yang dapat mengarah pada perilaku boros dan melanggar prinsip-prinsip Islam, oleh karena itu penting untuk meningkatkan kesadaran santri tentang bahaya konsumerisme dan perlunya hidup sederhana. Lingkungan sosial, termasuk teman sebaya dan keluarga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif. Upaya kolektif dari pesantren dan masyarakat diperlukan untuk mendukung pola hidup sederhana.

DAFTAR SUMBER

- Afdiana, L. E., Afandi, J., & Kudus, I. (2024). *Consumption Understanding dan Lifestyle Santri Putri Pondok Pesantren Al-Ghurobaa' Kudus dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. 2(1). <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/>
- Amirulloh, D. M., Al Kholidi, A., Bahar, A., & Wahidah, N. S. (2024). Pengaruh locus of control dan gaya hidup konsumerisme terhadap intention to buy pada mahasiswa fakultas ekonomi unusida. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(3), 187–206.
- Anggraeni, E., & Khasan, S. (2018). *Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Fithri, W. (2019). *Internalisasi Nilai-Nilai Budaya Lokal Minangkabau Pada Santri Pondok Pesantren Modern Diniyyah Pasia*.
- Hasanah, W., & Abrori, F. (2023). Perilaku Konsumtif Santri Putri Pondok Pesantren Nurul Huda Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. In *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* (Vol. 1, Issue 1).
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25>
- Istiqomah, W. N. (n.d.). *Strategi Periklanan Di Instagram Dan Pengaruhnya Terhadap Gaya Hidup Santri*.
- Jannah, N., Kuswati, R., dan Bisnis, E., & Muhammadiyah Surakarta, U. (2024). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Menilai Perilaku Konsumtif Mahasiswa Atas Pengaruh Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking*. In *Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 26, Issue 2).
- Maghfiroh, I., Khairuddin, A., & Juandi, W. (2020). Pendekatan Behavior Dalam Menanggulangi Perilaku Konsumtif Pada Santri. *Maddah : Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam*, 2(2), 63–69. <https://doi.org/10.35316/maddah.v2i2.846>
- Maskur, M. (2020). Internalisasi Nilai Budaya pada Pembelajaran Santri di Pondok Pesantren Tradisional. *Journal of Education and Instruction (JOEAI)*, 3(2), 123–129. <https://doi.org/10.31539/joeai.v3i2.1387>
- Moloeng, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Murwanti, D. (2017). *PENGARUH KONSEP DIRI, TEMAN SEBAYA DAN BUDAYA KONTEMPORER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA SMP NEGERI 41 SURABAYA*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk>
- Mustafida, M. B. (2023). *Peran pondok pesantren pendowo walisongo dalam menanggulangi perilaku konsumerisme santri putri skripsi*.
- Naylurrohmah, S. (2020). Implementasi Zuhud dalam Kehidupan Santri Pondok Pesantren Putri Tebu Ireng, Desa Cukir, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang. *Spiritualita*, 3.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

- Oktari, D. P., & Kosasih, A. (2019). Pendidikan Karakter Religius dan Mandiri di Pesantren. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 42. <https://doi.org/10.17509/jpis.v28i1.14985>
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85.
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja. *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Safitri, L., Mubyarto, N., & -, H. (2024). Pengaruh Religiusitas, Uang Saku Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Konsumsi Santri Ponpes Darul Arifin Jambi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 356. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12278>
- Suciptaningsih, O. A. (2017). Hedonisme Dan Konsumerisme Dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Equilibria Pendidikan : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 25–32. <https://doi.org/10.26877/ep.v2i1.2191>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syarifuddin, M. (2022). Penggunaan Media Game Berbasis Internet Pada Pelajaran IPS Menggunakan Aplikasi Quizizz. *Al-Madrasah : Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 6(2). <https://doi.org/10.35931/am.v6i2.945>
- Tang, M., Palili, S., & STAI Al-Furqan Makassar, Pp. (2024). Penanaman Nilai Budaya Ada Tongeng Melalui Pendidikan Islam dalam Membentuk Karakter Santri Pesantren Nurul Ikhwan Kabupaten Maros. *Jurnal Studi Islam*, 2(1), 158.
- Umam, L. F. (2024). Implementasi Nilai Nilai Zuhud Terhadap Sikap Kosumerisme (Studi Analisis Nilai Kesederhanaan Dalam Panca Jiwa Pondok Modern Darussalam Gontor). *Journal for Islamic Studies*, 7(3). <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i4.1223>