

**FESYEN BERKELANJUTAN SEBAGAI PRAKTIK HALAL BEHAVIOR PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN K.H.  
ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**Karisma Vira Noviana<sup>1</sup>**

[karismaviranoviana@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:karismaviranoviana@mhs.uingusdur.ac.id)

Ekonomi Syariah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

**Abstrak**

Fesyen tidak lagi berfungsi semata sebagai kebutuhan sandang, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup yang dapat mendorong konsumsi berlebihan dan menimbulkan dampak sosial-lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik fesyen berkelanjutan dan keterkaitannya dengan *halal behavior* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Informan dipilih secara purposif dari mahasiswa yang memiliki ketertarikan dan pengalaman konsumsi fesyen sehari-hari. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumen terkait, kemudian dianalisis melalui reduksi, kategorisasi, dan verifikasi dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik fesyen berkelanjutan tercermin pada pemilihan pakaian berkualitas dan tahan pakai, pembelian barang *thrift/preloved*, penggunaan kembali dan donasi pakaian, serta penetapan skala prioritas dalam pembelian. Praktik tersebut beririsan dengan *halal behavior* yang dalam penelitian ini dimaknai sebagai perilaku konsumsi sesuai prinsip Islam: menutup aurat, menghindari perilaku berlebih-lebihan, mempertimbangkan kemaslahatan, menggunakan harta secara bertanggung jawab, dan memperhatikan dampak sosial-lingkungan. Namun, implementasinya belum sepenuhnya konsisten karena sebagian informan masih terdorong tren, kemudahan *e-commerce*, dan penggunaan *pay later* yang berpotensi memicu konsumsi impulsif. Dengan demikian, fesyen berkelanjutan dapat mendukung *halal behavior* apabila kesadaran lingkungan disertai pengendalian konsumsi dan penetapan prioritas kebutuhan.

Kata Kunci: fesyen berkelanjutan, *halal behavior*, konsumsi Islam, perilaku konsumen, mahasiswa

**Abstract**

Fashion is no longer merely a clothing necessity; it has become part of a lifestyle that may encourage excessive consumption and create social and environmental impacts. This study analyzes sustainable fashion practices and their relationship with *halal behavior* among students of the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. The study employed a descriptive qualitative approach. Informants were purposively selected from students with an interest in fashion and everyday fashion-consumption experience. Data were collected through interviews, observation, and related documents, and analyzed through data reduction, categorization, and verification using source triangulation. The findings indicate that sustainable fashion practices are reflected in choosing durable and high-quality clothing, purchasing *thrift/preloved* items, reusing and donating clothes, and setting priorities before purchasing. These practices intersect with *halal behavior*, which in this study refers to consumption consistent with Islamic principles: modest dress, avoidance of excess, consideration of benefit, responsible use of wealth, and social-environmental responsibility. However, implementation is not fully consistent because some informants remain influenced by trends, the convenience of *e-commerce*, and *pay later* services that may encourage impulsive consumption. Sustainable fashion therefore has the potential to support *halal behavior* when environmental awareness is accompanied by consumption control and need-based prioritization.

Keywords: sustainable fashion, halal behavior, Islamic consumption, consumer behavior, students

## A. PENDAHULUAN

Fesyen merupakan bagian dari kebutuhan sandang yang dalam perkembangan masyarakat modern juga berfungsi sebagai ekspresi identitas dan gaya hidup. Peningkatan konsumsi fesyen membuka peluang ekonomi, tetapi pada saat yang sama memunculkan persoalan lingkungan dan sosial ketika pembelian dilakukan secara berlebihan dan siklus penggunaan pakaian semakin pendek. Kajian tentang fesyen berkelanjutan menekankan pentingnya kualitas produk, perpanjangan usia pakai, pengurangan limbah, serta perubahan perilaku konsumen sebagai bagian dari upaya mengurangi dampak negatif industri fesyen (Qiddist Sayyida & Wardaya, 2021; Endrayana & Retnasari, 2021).

Konsep fesyen berkelanjutan (*sustainable fashion*) memandang keberlanjutan tidak hanya dari sisi proses produksi, tetapi juga distribusi, penggunaan, dan pascakonsumsi. Prinsip keberlanjutan menuntut efisiensi sumber daya, pengurangan pencemaran, serta perhatian terhadap dampak sosial dan ekonomi dalam jangka panjang (Glavič & Lukman, 2007). Pada tingkat konsumen, praktiknya dapat berbentuk memilih pakaian yang lebih tahan lama, menggunakan kembali pakaian, membeli barang *preloved*, memperbaiki produk, menukar pakaian, atau mendonasikan pakaian yang masih layak. Aktivisme fesyen berkelanjutan di Indonesia juga menunjukkan bahwa edukasi melalui media sosial dapat berlanjut menjadi praktik nyata seperti tukar pakaian dan donasi, meskipun perubahan perilaku sehari-hari belum selalu konsisten (Zahra Harya Puspa & Manalu, 2021).

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi tidak berhenti pada status halal suatu produk. Konsumsi juga terkait dengan cara memperoleh, menggunakan, dan membelanjakan harta secara bertanggung jawab. Pola konsumsi dalam gaya hidup halal menekankan kesesuaian dengan prinsip Islam, termasuk pemenuhan kebutuhan secara wajar, penghindaran sikap berlebih-lebihan, dan orientasi pada kemaslahatan (Adinugraha & Sartika, 2019; Rohim & Priyatno, 2021). Karena itu, istilah *halal behavior* dalam penelitian ini tidak dimaknai sebatas memilih produk berlabel halal, tetapi sebagai perilaku konsumsi fesyen yang memperhatikan kepatuhan berpakaian, pengendalian konsumsi, manfaat, tanggung jawab penggunaan harta, serta kepedulian sosial dan lingkungan.

Kajian terdahulu menunjukkan dua arus penelitian yang saling berdekatan. Studi fesyen berkelanjutan lebih banyak membahas kualitas produk, limbah fesyen, dan gerakan pro-lingkungan (Qiddist Sayyida & Wardaya, 2021; Zahra Harya Puspa & Manalu, 2021), sedangkan kajian fesyen Muslim dan gaya hidup halal menyoroti tren, kesadaran halal, serta

perilaku pembelian (Amalia et al., 2023; Kurniawati & Savitri, 2020). Kajian yang lebih mutakhir bahkan mulai menghubungkan keberlanjutan dengan etika lingkungan Islam dan orientasi kemaslahatan dalam perilaku konsumen (Al Farisi et al., 2025; Jannah, 2026). Meskipun demikian, masih diperlukan pemahaman kualitatif mengenai bagaimana praktik sehari-hari konsumen muda Muslim menghubungkan fesyen berkelanjutan dengan *halal behavior*, termasuk ketika kesadaran tersebut berhadapan dengan dorongan tren dan kemudahan konsumsi digital.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi konteks yang relevan karena berada pada persinggungan antara literasi ekonomi syariah, kebutuhan penampilan, paparan tren media sosial, dan kemudahan transaksi digital. Dalam situasi ini, preferensi terhadap pakaian berkualitas, praktik *thrift*, penggunaan kembali pakaian, atau donasi dapat berjalan berdampingan dengan perilaku konsumtif melalui *e-commerce* dan *pay later*. Ketegangan tersebut penting dianalisis agar hubungan antara fesyen berkelanjutan dan *halal behavior* tidak dipahami secara normatif semata, tetapi berdasarkan praktik konsumsi yang terjadi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis: (1) bagaimana mahasiswa memaknai dan menerapkan fesyen berkelanjutan dalam konsumsi sehari-hari; (2) bagaimana prinsip *halal behavior* tercermin dalam keputusan konsumsi fesyen; dan (3) sejauh mana kedua konsep tersebut saling mendukung atau justru menunjukkan ketidakkonsistenan dalam praktik. Penelitian ini diharapkan memperkaya kajian ekonomi syariah dengan menempatkan *halal behavior* sebagai etika konsumsi yang mencakup dimensi religius, ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan edukasi bagi mahasiswa dan konsumen Muslim agar keputusan membeli pakaian tidak hanya mempertimbangkan tren dan citra merek, tetapi juga kebutuhan, daya guna, usia pakai, serta dampak sosial-lingkungan. Bagi pengelola pendidikan ekonomi syariah, temuan ini dapat digunakan untuk memperkuat literasi konsumsi yang moderat dan bertanggung jawab di tengah perkembangan pasar digital.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami praktik fesyen berkelanjutan dan kaitannya dengan *halal behavior* dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Pengumpulan data dilaksanakan pada 2 Juni 2022 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Informan dipilih secara purposif dengan kriteria mahasiswa yang memiliki ketertarikan pada fesyen dan pengalaman mengambil keputusan konsumsi fesyen sehari-hari. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan dokumen terkait digunakan sebagai data pendukung. Wawancara

menggali pertimbangan dalam memilih pakaian, kualitas dan usia pakai produk, praktik *thrift/preloved*, penggunaan kembali dan donasi pakaian, penetapan skala prioritas, penggunaan *e-commerce pay later*, dan pemaknaan perilaku konsumsi berprinsip Islam.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, kategorisasi data, dan verifikasi. Pada tahap reduksi, data diseleksi dan disederhanakan sesuai fokus penelitian. Selanjutnya, data dikelompokkan ke dalam tema praktik fesyen berkelanjutan, perilaku konsumsi Islami, dan ketegangan antara kesadaran keberlanjutan dengan kecenderungan konsumtif. Verifikasi dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber data melalui triangulasi sumber untuk meningkatkan keterpercayaan temuan (Neuman, 2013). Interpretasi akhir diarahkan pada hubungan antara praktik fesyen berkelanjutan dan *halal behavior* dalam konteks mahasiswa FEBI.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Praktik Fesyen Berkelanjutan pada Mahasiswa

Bagi informan, fesyen tetap memiliki fungsi praktis dan sosial. Pakaian digunakan untuk menunjang aktivitas perkuliahan, kenyamanan, penampilan, dan rasa percaya diri. Namun, pertimbangan tersebut tidak selalu berujung pada pembelian yang berorientasi tren. Sebagian informan mulai menempatkan kualitas dan ketahanan pakaian sebagai pertimbangan penting dalam keputusan membeli.

Temuan menunjukkan bahwa beberapa informan lebih memilih pakaian dengan bahan yang dinilai nyaman dan tahan digunakan, meskipun harganya lebih tinggi. Preferensi terhadap kualitas dapat dibaca sebagai bentuk konsumsi yang lebih berkelanjutan karena memperpanjang usia pakai produk dan mengurangi frekuensi penggantian pakaian. Temuan ini sejalan dengan Qiddist Sayyida dan Wardaya (2021) yang menempatkan investasi pada produk fesyen berkualitas sebagai salah satu cara mengurangi penumpukan limbah fesyen.

Praktik lain yang muncul adalah pembelian pakaian *thrift/preloved*. Bagi sebagian informan, barang bekas yang masih layak pakai menjadi alternatif untuk memperoleh pakaian yang sesuai kebutuhan dengan biaya yang lebih terjangkau. Praktik ini memperpanjang siklus hidup pakaian dan mengurangi kebutuhan terhadap produk baru. Meski demikian, keputusan membeli barang *thrift* tetap dipengaruhi oleh pertimbangan kualitas, kenyamanan, dan pada beberapa kasus citra merek.

Selain membeli barang *thrift*, informan juga menerapkan penggunaan kembali dan donasi pakaian. Pakaian yang tidak lagi digunakan tetapi masih layak pakai diberikan kepada tetangga atau pihak yang membutuhkan. Praktik tersebut menunjukkan bahwa

keberlanjutan tidak hanya berkaitan dengan pengurangan limbah, tetapi juga mengandung dimensi sosial melalui redistribusi barang yang masih memiliki nilai guna.

Temuan ini beririsan dengan penelitian Zahra Harya Puspa dan Manalu (2021) yang menunjukkan bahwa kampanye fesyen berkelanjutan dapat diwujudkan melalui aktivitas nyata seperti tukar pakaian dan donasi. Dalam konteks penelitian ini, praktik serupa muncul sebagai keputusan individual yang dilakukan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, bukan semata sebagai partisipasi dalam kampanye lingkungan.

Walaupun demikian, kesadaran terhadap fesyen berkelanjutan belum merata. Sebagian informan masih menempatkan tuntutan untuk tampil *fashionable* sebagai pertimbangan penting. Paparan tren melalui media sosial juga mendorong keinginan mengikuti mode yang sedang populer. Karena itu, pemahaman mengenai fesyen berkelanjutan belum selalu berubah menjadi pola konsumsi yang konsisten.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi fesyen berkelanjutan berada pada spektrum praktik. Pada satu sisi terdapat upaya memilih produk berkualitas, membeli *preloved*, menggunakan kembali, dan mendonasikan pakaian; pada sisi lain masih terdapat dorongan mengikuti tren dan mempertahankan citra diri melalui konsumsi fesyen. Temuan ini penting karena menegaskan bahwa kesadaran keberlanjutan tidak otomatis menghilangkan faktor sosial dan psikologis dalam perilaku konsumen.

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik memperpanjang usia pakai barang dan mengurangi pembelian yang tidak diperlukan memiliki kedekatan dengan prinsip penggunaan harta secara bertanggung jawab. Namun, kedekatan tersebut perlu dianalisis bersama motif pembelian dan kemampuan konsumen menetapkan kebutuhan, bukan hanya berdasarkan jenis produk yang dibeli.

Dengan demikian, praktik fesyen berkelanjutan pada mahasiswa dalam penelitian ini terutama terlihat pada empat bentuk: pemilihan produk berkualitas, pembelian *thrift/preloved*, penggunaan kembali pakaian, dan donasi. Keempat praktik tersebut menjadi dasar menilai keterkaitannya *halal behavior* pada bagian berikutnya.

## 2. Halal Behavior dalam Keputusan Konsumsi Fesyen

Dalam penelitian ini, *halal behavior* dipahami sebagai perilaku konsumsi yang konsisten dengan prinsip Islam, bukan sekadar kepemilikan produk yang berlabel halal. Dimensinya meliputi kepatuhan berpakaian, penghindaran konsumsi berlebihan, penetapan skala prioritas, penggunaan harta secara bertanggung jawab, orientasi kemaslahatan, serta kepedulian terhadap dampak sosial dan lingkungan. Pemaknaan ini sejalan dengan gagasan gaya hidup halal yang menempatkan konsumsi sebagai bagian

dari praktik nilai dan keyakinan sehari-hari (Adinugraha & Sartika, 2019; Rohim & Priyatno, 2021).

Pada aspek kepatuhan berpakaian, informan cenderung memilih pakaian yang menutup aurat dan sesuai dengan lingkungan pendidikan Islam. Namun, keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi pertimbangan religius. Kenyamanan, citra merek, dan tren juga tetap menjadi faktor. Beberapa informan memilih pakaian bermerek, termasuk barang *thrift*, karena dianggap memiliki kualitas dan citra yang baik. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas religius dan preferensi gaya hidup hadir secara bersamaan dalam keputusan konsumsi mahasiswa.

Aspek yang lebih menentukan dalam *halal behavior* adalah kemampuan menetapkan skala prioritas. Sebagian informan menyatakan bahwa kebutuhan utama harus didahulukan sebelum membeli fesyen. Sikap ini relevan dengan prinsip konsumsi Islam yang menolak pemborosan dan mendorong penggunaan harta berdasarkan kebutuhan dan manfaat. Pola tersebut juga sejalan dengan pendekatan kemaslahatan yang menilai perilaku konsumsi berdasarkan prioritas kebutuhan, bukan semata dorongan keinginan (Al Farisi et al., 2025).

Akan tetapi, terdapat temuan yang menunjukkan ketidakkonsistenan. Sebagian informan masih mudah terdorong melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Kemudahan transaksi dan penggunaan *pay later* dapat melemahkan pengendalian diri karena konsumen merasa dapat menunda konsekuensi pembayaran. Dalam kondisi tersebut, keputusan membeli berpotensi bergeser dari kebutuhan menuju impuls dan tren. Temuan ini penting karena memperlihatkan bahwa penggunaan kanal digital tidak netral; manfaat kemudahan transaksi perlu diimbangi dengan literasi prioritas dan kontrol konsumsi.

Di sisi lain, praktik memberikan pakaian layak pakai kepada orang lain, menggunakan kembali pakaian, dan memilih produk yang lebih tahan lama memperlihatkan dimensi kemaslahatan yang lebih luas. Perilaku tersebut tidak hanya mengurangi beban lingkungan, tetapi juga memperpanjang manfaat ekonomi suatu barang dan membuka manfaat sosial bagi pihak lain. Dengan demikian, *halal behavior* dalam konsumsi fesyen dapat dipahami sebagai kombinasi antara kepatuhan personal, moderasi konsumsi, tanggung jawab ekonomi, serta kepedulian sosial-lingkungan.

### **3. Relasi Fesyen Berkelanjutan dan Halal Behavior: Praktik yang Belum Sepenuhnya Konsisten**

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa fesyen berkelanjutan dan *halal behavior* memiliki titik temu pada pengendalian konsumsi, pemanfaatan barang secara

optimal, dan perhatian terhadap manfaat sosial-lingkungan. Praktik memilih pakaian berkualitas, membeli *preloved*, menggunakan kembali, dan mendonasikan pakaian dapat mendukung perilaku konsumsi Islami karena mengurangi pemborosan dan memperpanjang nilai guna barang. Kajian mutakhir mengenai *green halal fashion* juga menunjukkan semakin kuatnya pertautan antara nilai keberlanjutan, etika lingkungan Islam, dan perilaku konsumen Muslim (Jannah, 2026).

Namun, hubungan tersebut bersifat kondisional, bukan otomatis. Seorang konsumen dapat melakukan *thrifting* tetapi tetap membeli secara berlebihan; demikian pula pakaian yang memenuhi aspek kesopanan belum tentu mencerminkan konsumsi yang moderat apabila pembeliannya didorong impuls, gengsi, atau penggunaan utang konsumtif tanpa prioritas yang jelas. Temuan tentang *e-commerce* dan *pay later* dalam penelitian ini menjadi bukti adanya jarak antara kesadaran keberlanjutan dan praktik konsumsi yang sepenuhnya bertanggung jawab.

Dari perspektif ekonomi syariah, kontribusi utama penelitian ini terletak pada perluasan makna *halal behavior* dari sekadar kepatuhan produk menuju etika konsumsi. Fesyen yang berkelanjutan menjadi lebih relevan secara syariah ketika keputusan konsumsi mempertimbangkan kebutuhan, tidak berlebih-lebihan, memelihara manfaat barang, dan menghindari dampak sosial-lingkungan yang tidak perlu. Karena itu, edukasi konsumen Muslim perlu mengintegrasikan literasi halal, literasi keberlanjutan, dan literasi keuangan digital agar nilai religius tidak berhenti pada simbol produk, tetapi tercermin dalam proses pengambilan keputusan.

#### D. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik fesyen berkelanjutan pada mahasiswa FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tampak melalui pemilihan pakaian yang berkualitas dan tahan pakai, pembelian barang *thrift/preloved*, penggunaan kembali dan donasi pakaian, serta upaya menetapkan skala prioritas sebelum membeli. Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik tersebut beririsan dengan *halal behavior* ketika konsumsi didasarkan pada kepatuhan berpakaian, penghindaran sikap berlebih-lebihan, kemaslahatan, penggunaan harta secara bertanggung jawab, dan kepedulian terhadap dampak sosial-lingkungan.

Meskipun demikian, implementasi kedua konsep tersebut belum sepenuhnya konsisten. Dorongan tren, citra merek, kemudahan *e-commerce*, dan penggunaan *pay later* masih dapat memicu pembelian impulsif dan melemahkan skala prioritas. Oleh karena itu, hubungan antara

fesyen berkelanjutan dan *halal behavior* sebaiknya dipahami sebagai hubungan yang perlu diperkuat melalui kesadaran, pengendalian konsumsi, dan literasi keuangan digital. Penelitian ini terbatas pada konteks mahasiswa di satu fakultas dan menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan informan yang lebih beragam atau menguji secara kuantitatif hubungan antara kesadaran keberlanjutan, religiusitas, kontrol konsumsi, dan perilaku pembelian fesyen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>
- Al Farisi, M. S., Anwar, S., Haryono, S., & Ab Wahid, H. (2025). Sustainable consumer behavior of halal cosmetics in Indonesia e-commerce: A masalah-based approach. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 65–84. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v14i1.2674>
- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). Analisis trend fashion muslim dalam meningkatkan halal lifestyle di kalangan mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(3). <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20726>
- Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (2021). Penerapan sustainable fashion dan ethical fashion dalam menghadapi dampak negatif fast fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1), 1–6.
- Glavič, P., & Lukman, R. (2007). Review of sustainability terms and their definitions. *Journal of Cleaner Production*, 15(18), 1875–1885. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.12.006>
- Jannah, N. (2026). Green halal fashion: Integrasi prinsip keberlanjutan dan syariat Islam dalam industri fashion Muslim Indonesia. *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 10(2), 183–197. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v10i2.10386>
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Indeks.
- Qiddist Sayyida, S., & Wardaya, M. (2021). Sustainable fashion, investasi pada produk fashion yang berkualitas untuk mengurangi limbah fashion yang menumpuk. *Nirmana*, 21(2), 92–96. <https://doi.org/10.9744/nirmana.21.2.92-96>
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola konsumsi dalam implementasi gaya hidup halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Zahra Harya Puspa, N., & Manalu, S. R. (2021). Kampanye gerakan lingkungan dan aktivisme online di media sosial (Studi kasus pada aktivisme sustainable fashion di media sosial Instagram). *Interaksi Online*, 9(3), 193–207. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/31452>