**ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM (FSEI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONTIANAK
DALAM MENGIKUTI TREND FASHION (SEBUAH TELAAH TEORI
KONSUMSI ISLAM)**

Rano Putra

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak

Email: rano124170@gmail.com

Abstract

The development of fashion trend always changes annually. Meanwhile, the customers never miss the change and as the result they shift their shopping pattern. This research was aimed at: 1) determining the consumption behavior of FSEI IAIN Pontianak students according to fashion trend changing, 2) analyzing the behavior of FSEI IAIN Pontianak students according to fashion changing and based on Islamic perspective of consumption theory. This was descriptive qualitative research. The data were collected through observation, interviews, and document analysis. The primary data source was 20 students while the secondary data source was documents related to customers' behavior, profiles of FSEI, and so on. The results show that 1) the consumption behavior of FSEI students according to fashion trend changing vary: they do fashion shopping to get rewards, or because they have big amount of budget. Besides, they are motivated to do fashion shopping since the places are comfortable to visit: malls, modern fashion shops, boutiques and other cozy places. 2) The students of FSEI IAIN Pontianak are very consumptive according to their consumption behavior.

Keywords: Consumption behavior, Trend Fashion, Consumption in Islam.

Abstrak

Perkembangan *trend fashion* yang selalu berganti setiap tahun membuat para konsumen tak ingin ketinggalan untuk mengikutinya sehingga membuat pola belanja para konsumen menjadi berubah. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa FSEI IAIN Pontianak dalam mengikuti *trend fashion*, 2) Menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa FSEI IAIN Pontianak dalam mengikuti *trend fashion* menurut perspektif Teori Konsumsi Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer yaitu mahasiswa FSEI berjumlah 20 orang dan sumber data sekunder berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan perilaku konsumsi, profil FSEI, dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan: 1) Perilaku mahasiswa FSEI dalam mengikuti *trend fashion* berbeda-beda, misalnya keinginan membeli yang disebabkan adanya iming-iming hadiah, anggaran yang disiapkan untuk berbelanja setiap bulannya, frekuensi berbelanja yang dilakukan satu

sampai dengan tiga kali dalam sebulan, harga yang tergolong mahal, sesuai dengan *trend*, serta lokasi belanja yang tergolong mewah seperti mall, distro, butik dan lain sebagainya. 2) Perilaku konsumsi mahasiswi FSEI yang dapat tergolong dalam perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Perilaku konsumsi, *trend fashion*, konsumsi Islam.

Pendahuluan

Berbicara tentang gaya hidup (*life style*) yang ditampilkan di antara kelas sosial dalam berbagai hal tidaklah sama, bahkan ada kecenderungan mengembangkan gaya hidup masing-masing untuk membedakan dirinya dengan yang lain. Gaya hidup yang tidak sama itu misalnya dalam hal *fashion* berpakaian dan berjilbab.

Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak hanya berdimensi pada keindahan, tetapi juga kehormatan bahkan keyakinan. Itulah sebabnya aturan tentang berpakaian dipandang sangat penting. Islam sebagai agama yang sempurna sudah mengatur masalah berpakaian, terutama untuk kaum wanita. Dalam berpakaian, wanita muslim juga diwajibkan memakai jilbab. Ada kriteria tersendiri bagi kaum wanita muslim dalam berpakaian dan berjilbab, yang terdapat dalam Qs. an-Nur (24):31.

Ayat ini memerintahkan wanita muslim untuk memelihara kehormatannya dan menyembunyikan perhiasannya, yaitu dengan cara berpakaian tertutup dan mengulurkan jilbab sampai ke dadanya. Menurut Ibnu Athyah maksud ayat di atas yaitu memerintahkan perempuan agar tidak menampakkan sedikitpun perhiasan dari anggota badannya serta berusaha sungguh-sungguh menutup setiap yang disebut *zinah*, sedangkan pengecualiannya yakni apa yang biasa terlihat, dalam hal ini wajah dalam keadaan darurat tidak mengapa.¹

Mahasiswamerupakan kategori masa remaja. Sedangkan masa remaja merupakan masa transisi dari periode anak ke dewasa, karena itulah masa remaja ini menjadi masa yang sangat penting.² Pada masa ini, remaja umumnya mengalami berbagai macam perubahan, baik yang berasal dari diri sendiri yang

¹H. Muamal Hamidi, *Terjemahan Tafsir Ayat Ahkam Ash-Shobuni*, Juz Ke-2, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1992), 249.

²S. W. Sarwono, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 52.

mencakup fisik dan mental, maupun yang berasal dari lingkungan tempat tinggal ataupun dari keluarga. Menurut Sarwono,³ batasan usia remaja di Indonesia adalah 11-24 tahun dan belum menikah.

Pada saat usia remaja, pola konsumsi seseorang sudah terbentuk. Remaja cenderung memiliki keinginan untuk tampil menarik. Hal ini ditunjukkan remaja dengan menggunakan pakaian dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan dan lain sebagainya, yang dapat menunjang penampilan. Para remaja tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti *trend* tanpa memperhatikan kebutuhannya. Mereka cenderung membeli barang yang diinginkan secara berlebihan dan bukan merupakan suatu kebutuhan. Perilaku remaja seperti ini biasa dikenal dengan perilaku konsumtif.

Mahasiswi yang berusia 18-24 tahun dan belum menikah dapat dikategorikan sebagai remaja akhir yang senantiasa mengalami dan mengikuti perubahan, salah satunya mengenai gaya hidup dalam hal *fashion* berpakaian dan berjilbab. Perubahan yang terjadi ini disebabkan oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, seperti media sosial, iklan, majalah, dan lain sebagainya.

Ketika berbicara tentang pakaian dan jilbab, maka yang akan terbayang adalah *trend* ataupun mode. Saat ini telah banyak mode pakaian dan jilbab yang diciptakan, mulai dari yang sempit sampai dengan yang sangat longgar, mulai dari bahan yang sangat sederhana sampai dengan yang sangat mahal. Selain itu, ada mode yang terbuka yang menampilkan perhiasannya, dan ada pula yang sangat sempit yang menonjolkan lekuk tubuh si pemakainya.

Pakaian dan jilbab yang biasa digunakan oleh sebagian besar remaja sekarang adalah pakaian yang sedang menjadi *trend* saat ini. Cara berpakaian dan berjilbab di kalangan selebriti kerap dijadikan contoh sebagai gaya hidup baru. Pakaian dan jilbab yang digunakan biasanya dilengkapi dengan aksesoris yang dapat menunjang penampilan. Kondisi seperti ini juga terjadi di kalangan mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAIN Pontianak, seperti kebiasaan mahasiswi memakai pakaian dan jilbab dengan mengikuti *trend* saat ini,

³*Ibid*, 14.

menambahkan berbagai aksesoris dalam berpakaian dan berjilbab, dan lain sebagainya.

Dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan nilai-nilai keagamaan yang memberikan batasan kepada manusia agar senantiasa dalam kebaikan. Hal ini sebagaimana disampaikan dalam Qs. al-A'Raaf (7): 31 yang berbunyi:

u û Ó Í _ t 6 » t f t P y Š # u ä (# r ä ‹ è { ö / ä 3 t Q ^ f Î —
y % Z Î ã È e @ ä . 7 % É f ó j t B (# q è = à 2 u r (# q ç / u
Ž õ ° \$ # u r Ÿ w u r (# p q è û Î Ž ô £ è @ 4 ¼ ç m ¯ R Î) Ÿ w □ = İ
t ä † t û ü İ û Î Ž ô £ ß J ø 9 \$ #

Menurut Ibnu Katsir, yang dimaksud *zinah* dalam ayat ini ialah pakaian yang menutupi aurat. Maka Allah memerintahkan untuk memakai pakaian yang indah-indah (setelah masa-masa Islam). Imam Bukhari mengatakan, Ibnu Abbas berkata bahwa makna yang dimaksud ialah makanlah sesukamu dan berpakaianlah sesukamu selagi engkau hindari dua perkara, yaitu berlebih-lebihan dan sombong.⁴

Mahasiswi FSEI merupakan sekumpulan individu yang selalu berinteraksi dengan ilmu-ilmu ke-Islaman di dalam perkuliahan, sehingga memiliki karakteristik yang disertai dengan perilaku yang sesuai dengan syari'at Islam. Oleh karena itu, mahasiswi FSEI seharusnya memiliki pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumsi dan mampu untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan yang disyari'atkan agama Islam. Fenomena dari mahasiswi sekarang tercermin dalam berpakaian dan berjilbab yang terkadang berlebihan dalam memilih gaya untuk dirinya sendiri, sehingga cenderung mengarah pada perilaku konsumtif.

Adapun jumlah mahasiswa di Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam tahun akademik 2014-2015 sebanyak 1.102 orang. Berikut ini jumlah mahasiswa FSEI berdasarkan jurusan dan jenis kelamin, seperti pada tabel 1.

⁴Isma'il ibn Katsir Ad-Dimasyqi, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 8*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, t.th), 287-292.

Tabel 1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam
IAIN Pontianak Tahun Akademik 2014/ 2015

No.	Jurusan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi Islam	232	338	570
2	Muamalah	79	54	133
3	Perbankan Syari'ah	149	227	376
4	Akhwal As-Syakhshiyyah	17	6	23
Jumlah		477	625	1102

Sumber: Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Tahun 2014 (Data Olahan)

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan berjumlah 625 orang, lebih banyak dari jumlah mahasiswa laki-laki yang hanya 477 orang. Dari empat jurusan yang ada di FSEI, Jurusan Ekonomi Islam dan Jurusan Perbankan Syariah merupakan jurusan yang paling banyak mahasiswa perempuannya, dibandingkan dengan Jurusan Muamalah dan Jurusan Akhwal As-Syakhshiyyah.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi yang dikategorikan sebagai remaja, dikarenakan remaja putri dalam membelanjakan uangnya cenderung kurang efisien, bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi hanya ingin sekedar mengikuti *trend*, atau hanya ingin meniru orang lain, mencoba produk baru, serta ingin tampil berbeda dengan yang lain.

Pakaian dan jilbab saat ini tidak hanya dianggap sebagai kebutuhan untuk menutup aurat saja, melainkan sebagai gaya busana yang tampak menarik. Sehubungan dengan masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mengangkat masalah ini sebagai topik yang berjudul "Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak dalam Mengikuti *Trend Fashion* (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam)."

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam dalam mengikuti *trend fashion*?
2. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak dalam mengikuti *trend fashion* menurut perspektif Teori Konsumsi Islam?

Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁵ Metode yang digunakan harus sesuai dengan masalah, sifat dan tujuan penulis, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak dalam mengikuti trend fashion.

Penelitian ini dilakukan di FSEI IAIN Pontianak yang beralamat di Jl. Letjend. Soeprapto No. 19 Pontianak 78121 Telp/ Fax. (0561)731470/ 740601. Hal ini dikarenakan mahasiswi yang kuliah di kampus ini telah diberikan pemahaman tentang perilaku konsumsi. Selain itu, mahasiswinya berbusana muslim yang disertai dengan jilbab merupakan gaya busana keseharian yang selalu dipakai dalam setiap perkuliahan, sehingga membantu peneliti dalam menemukan sumber data yang nyata dan relevan.

Data primer dalam penelitian ini berjumlah 625 orang sesuai dengan jumlah mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam yang terdiri dari empat jurusan, namun dari jumlah yang besar tersebut, peneliti menarik sampel yang ditentukan dengan menggunakan; pertama, menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *cluster sampling (area sampling)*. Menurut Sugiyono,⁶ teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas. Jadi peneliti menarik sampel dengan perwakilan masing-masing jurusan.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 2.

⁶*Ibid*, 83.

Kedua, menggunakan teknik *sampling insidental*. Menurut Sugiyono,⁷*sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jadi, setelah peneliti menentukan sampel berdasarkan jurusan, kemudian mewawancarai siapa saja yang ditemui, jika dimungkinkan untuk diwawancarai. Dalam penelitian ini, yang menjadi informan sebanyak 20 orang.

Peneliti memperoleh data sekunder tentang perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam berupa dokumen, arsip, profil Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, serta literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Adapun teknik yang peneliti gunakan dalam upaya pengumpulan data, yaitu teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari tahu dan mengamati tentang perilaku konsumsi mahasiswi FSEI IAIN Pontianak dalam mengikuti *trend fashion*. Teknik wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya yaitu mahasiswi FSEI IAIN Pontianak tahun akademik 2014-2015 berjumlah 20 orang. Sedangkan teknik dokumentasi berupa tulisan yang meliputi data tentang FSEI, data mahasiswa, artikel, dan catatan yang relevan dengan penelitian.

Setelah data terkumpul, selanjutnya langkah yang akan dilakukan oleh peneliti ialah menganalisis data. Analisis data yang dilakukan meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Adapun uji pemeriksaan keabsahan data hasil penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah ketekunan dan member *check*.

Pembahasan

Mahasiswa merupakan sebutan status seseorang yang sedang menimba ilmu di perguruan tinggi. Setiap mahasiswa mempunyai identitas sendiri baik karakter dan sifat yang ada dalam diri sendiri, ataupun identitas yang melekat

⁷*Ibid*

dalam diri manusia yang berasal dari luar, misalnya status sosial di mata manusia lain.

Berbicara mengenai mahasiswa, maka akan berbicara tentang gaya hidup mereka (*life style*), yaitu pergaulan, *fashion*, musik, dan bahasa. *Fashion* menjadi daya tarik tersendiri khususnya mahasiswi, karena *fashion* menjadi bagian penting dalam penampilan. Dalam berpakaian dan berjilbab, mahasiswi sangat memperhatikan penampilannya.

Perilaku-perilaku yang selalu mengikuti *trend fashion*, cenderung menimbulkan pola konsumsi yang berlebihan. *Fashion* selalu mengalami perkembangan setiap saat. Hal tersebut akan menyebabkan rasa tidak puas dengan apa yang dimilikinya, dan mendorong untuk selalu mengonsumsinya karena takut ketinggalan zaman.

Perilaku konsumtif sebagian besar dilakukan oleh kaum wanita. Hadipranata mengamati bahwa wanita mempunyai kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibandingkan pria. Hal ini disebabkan konsumen wanita cenderung lebih emosional, sedangkan pria lebih nalar. Hadipranata mengatakan bahwa wanita sering menggunakan emosinya dalam berbelanja. Kalau emosi sudah menjadi raja sementara keinginan begitu banyak, maka yang terjadi adalah mereka akan jadi pembeli yang royal.⁸

Perilaku konsumtif bisa dialami siapa saja, salah satunya adalah mahasiswi. Seseorang bisa dikatakan berperilaku konsumtif jika membeli barang-barang bukan atas dasar kebutuhan dan pertimbangan yang rasional. Adapun perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam bermacam-macam karakternya, seperti:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Seorang individu membeli suatu barang dengan berbagai macam kriteria, salah satunya dikarenakan adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut. Sebagian besar mahasiswi tidak menyukai iming-iming hadiah yang diberikan ketika membeli pakaian dan jilbab. Hanya ada beberapa mahasiswi yang

⁸Lina dan H. Rosyid, *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri*. Jurnal Psikologika. Nomor 4. Tahun II, (Yogyakarta, 1997), 8.

menyukai itu, karena menurutnya semua wanita itu suka akan hadiah-hadiah yang diberikan.

Rasulullah seperti halnya Nabi-Nabi sebelumnya, menyukai penghidupan yang sederhana dan wajar. Beliau menikmati ketenangan hidup secara sederhana tanpa mengikuti hawa nafsu untuk hidup berfoya-foya. Beliau sederhana dalam hal makanan, berpakaian, serta hidup di rumah biasa yang sederhana. Kehidupan beliau sederhana dan menasihati kaum muslimin untuk hidup sederhana dan supaya menahan diri dari hidup berfoya-foya.⁹

Berbelanja merupakan salah satu tindakan yang dilakukan oleh setiap individu untuk memenuhi kebutuhan dalam hidupnya, namun berbelanja menjadi tidak rasional bila barang yang dibeli bukan berdasarkan pada kebutuhan serta tidak mementingkan kegunaan maupun manfaat dari barang yang akan dibeli.

Sebagian besar mahasiswi memilih lokasi belanja yang disesuaikan dengan kemampuan finansialnya masing-masing. Mereka senang berbelanja ditempat yang menyediakan barang berkualitas, mahal dan terbatas, seperti mall, butik, dan distro. Tetapi tidak menutup kemungkinan juga mereka berbelanja di toko-toko biasa ataupun pasar tradisional, karena mereka menganggap pakaian dan jilbab yang disediakan juga berkualitas bagus dan harganya relatif murah.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Perubahan yang terjadi saat ini dalam hal *trend* berpakaian dan berjilbab menyebabkan mahasiswi berlomba-lomba untuk mengikuti, sehingga menimbulkan model-model pakaian dan jilbab terbaru. Setiap mahasiswi memiliki karakter tersendiri dalam memilih pakaian dan jilbab yang menarik perhatiannya. Sebagian besar mahasiswi FSEI mengakui bahwa dalam memilih pakaian dan jilbab, mereka melihat kemasan yang menarik perhatiannya seperti dari warna, model, motif, dan lain sebagainya.

Beberapa mahasiswi pun senang membeli pakaian dan jilbab yang dilihatnya menarik, walaupun mereka sedang dalam perjalanan. Mereka biasanya langsung membeli pakaian dan jilbab tersebut ketika mereka membawa uang yang

⁹Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), 66.

cukup. Namun, ketika belum memiliki uang yang cukup, mereka akan berusaha untuk menyisihkan uang untuk membeli pakaian dan jilbab yang dilihat menarik tersebut.

Pemborosan seringkali terjadi jika individu tidak dapat mengontrol diri dalam membeli barang. Selain itu pembelian yang dilakukan berdasarkan ketertarikan pada suatu barang hanya akan mengakibatkan pembelian barang yang sia-sia. Menurut Muflih,¹⁰ dalam menghapus perilaku boros, Islam memerintahkan untuk memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.

Manusia cenderung mengonsumsi barang tanpa batas (berfoya-foya) dan lebih mementingkan keinginan. Kepuasan yang seharusnya ditunda menjadi harus segera terpenuhi. Dalam hal ini, ada juga mahasiswa yang masih memikirkan kepentingan yang harus lebih didahulukan daripada menuruti keinginannya untuk membeli pakaian dan jilbab. Menurut Edwin, dkk,¹¹ mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/ keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islami, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.

Dengan membeli barang tanpa ada rencana sebelumnya, merupakan salah satu dari indikasi perilaku konsumtif dengan mengedepankan keinginan pada satu waktu. Dengan tampilan barang yang menarik, mampu menarik perhatian konsumen sehingga menjadikan seseorang yang semula tidak ada rencana untuk membeli menjadi tertarik untuk membeli pada saat itu.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan/ gengsi

Demi menjaga penampilan, seorang wanita akan berusaha untuk berpakaian dan berjilbab yang bagus dan menarik di depan orang lain. Saat ini, perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat seseorang dapat mengetahui dan mengakses segalanya dengan mudah, termasuk dalam hal *trend fashion*. Semua mahasiswa mengatakan bahwa *trend* berpakaian dan berjilbab

¹⁰Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), 16.

¹¹Mustafa Edwin, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), 63.

yang mereka ikuti diketahui melalui media sosial, televisi, majalah, maupun lingkungan sekitar. Namun, yang paling berpengaruh pada mahasiswi saat ini ialah media sosial, karena lebih mudah mengaksesnya di mana-mana melalui *handphone*.

Saat ini mahasiswi telah berubah dalam hal berpakaian dan berjilbab, sehingga terlihat berlebihan dan tidak sesuai kebutuhan. Kampus yang seharusnya digunakan sebagai tempat memperoleh ilmu pengetahuan, namun sekarang dijadikan ajang pamer penampilan. Menurut Ibn Khaldun,¹² efek negatif dari pemborosan terhadap pelakunya adalah menimbulkan sifat pamer yang melampaui batas.

Sebagian besar mahasiswi lebih menjaga penampilannya ketika berada di kampus, dibandingkan di luar kampus. Mereka berusaha untuk tampil bagus, rapi dan sopan ketika berada di kampus. Tidak jarang penampilan mereka terlihat berlebihan sehingga tampak seperti ajang pamer penampilan di depan teman-temannya.

Dalam hal *trend fashion*, sebagian besar mahasiswi mengakui bahwa mereka membeli dan memakai pakaian dan jilbab sesuai dengan *trend* saat ini. Mereka pun menanggapi keberadaan *trend* tersebut cukup baik dan bagus, sehingga dapat memotivasi wanita muslim lainnya agar dapat menggunakan jilbab. Meskipun begitu, masih ada *trend* berpakaian dan berjilbab yang menurut mereka belum sesuai dengan syari'at Islam. Jadi, walaupun mengikuti *trend*, mereka masih mempertimbangkan kesesuaiannya dengan syari'at Islam. Sehingga ketika ada model pakaian dan jilbab baru mereka tidak langsung membelinya.

- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)

Pembelian yang dilakukan tanpa pemikiran terlebih dahulu mengenai manfaat dan kegunaan suatu barang dapat digolongkan sebagai pemborosan. Hal ini terjadi jika individu tidak dapat mengontrol diri dalam membeli barang. Islam memberikan sikap yang tegas terhadap perilaku konsumtif, yaitu melarang pada

¹²Fauzia, dkk, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam; Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 187.

sesuatu yang berlebih-lebihan dan tidak mendatangkan manfaat. Disebutkan dalam Qs.al-Israa' (17): 26-27 yang berbunyi:

İ N# u ä u r # sœ4 ' n1 ö □ à) ø9 \$ # ¼ç m±) y mt ûü Å3ó
 ; İ Jø9 \$ # u r t ûøó \$ # u r È @‹ Î 6ı ; 9 \$ # Ÿwu r ö ' É
 j ‹ t 7 è ? # . □ f É ‹ ö 7 s? .” b Î) t ûï Í ' É j ‹ t 6ß Jø9 \$
 # (# þ q ç R %x . t b ° u q ÷ z Î) È ûü İ Ü » u ‹ ± 9 \$ # (
 t b %x . u r ß ` » sÜø ‹ ± 9 \$ # ¾İ mÎ n/ t □ İ 9 # Y' q à
 ÿ x . .

Menurut Ibnu Katsir, dalam ayat-ayat di atas Allah memerintahkan untuk memberi nafkah, setelah itu melarang bersikap berlebih-lebihan dalam memberi nafkah (membelanjakan harta), tetapi yang dianjurkan ialah pertengahan. Kemudian Allah SWT menanamkan rasa antipati terhadap sikap pemborosan dan berlebih-lebihan.¹³

Dari semua mahasiswi yang menjadi informan, sebagian besar dari mereka membeli pakaian dan jilbab dengan memperhatikan kualitas dan manfaatnya terlebih dahulu, karena kualitas dan manfaat sangat menentukan bagus atau tidaknya suatu barang. Namun, ada juga mahasiswi yang mempertimbangkan harga terlebih dahulu. Karena menurut mereka, dari harga kita dapat mengetahui semuanya, seperti merek, kualitas dan lain sebagainya.

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah dan kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkan.¹⁴ Pakaian dan jilbab yang biasa dikenakan oleh mahasiswi pun berbeda-beda harganya, mulai dari yang murah sampai dengan yang mahal harganya. Pakaian dan jilbab yang mereka kenakan berkisaran di atas Rp. 100.000,00, bahkan ada yang mencapai lebih dari Rp.300.000,00.

Perilaku konsumtif mahasiswi juga terlihat dari besarnya biaya yang mereka keluarkan pada saat berbelanja pakaian dan jilbab. Biaya yang dikeluarkan pun bervariasi di antara mereka mulai dari Rp. 150.000,00 sampai dengan Rp.1.000.000,00 dalam sekali berbelanja. Tidak hanya itu, ada seorang mahasiswi

¹³Isma'il ibn Katsir Ad-Dimasyqi, *op. cit.*, Juz 15, 186.

¹⁴P. Kotler dan N. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 171.

yang juga berprofesi sebagai model biasa menghabiskan uang sampai dengan Rp.5.000.000,00 untuk berbelanja pakaian dan jilbab.

Islam memberikan batasan dari segi kualitas dan kuantitas di dalam menggunakan harta. Membelanjakan harta yang dibatasi dengan batasan kualitas yaitu tidak dibolehkannya seorang Muslim membelanjakan hartanya untuk barang-barang haram. Adapun batasan secara kuantitas adalah manusia tidak boleh terjebak dalam kondisi yang berlebih-lebihan. Terlebih untuk sesuatu yang bukan merupakan kebutuhan pokok.¹⁵

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.

Kemampuan membeli yang dimiliki mahasiswi sangat tinggi dalam berpakaian dan berjilbab sehingga hal tersebut dapat memberi kesan bahwa mereka berasal dari status sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain. Ada beberapa mahasiswi yang membeli pakaian dan jilbab untuk sekedar menjaga simbol atau status mereka. Walaupun sebagian besar dari mahasiswi tidak setuju dengan hal demikian.

Pembelian barang berdasarkan fungsi simbolik yang terdapat pada barang tersebut umumnya dilakukan oleh seseorang hanya untuk meningkatkan status pada diri mereka sehingga akan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya, artinya dengan cara membeli barang yang mahal atau barang *branded* dapat memberikan simbol status agar terlihat oleh lingkungan sekitar.¹⁶

Dalam hal berpakaian dan berjilbab, semua mahasiswi sangat memperhatikan di antara keduanya. Mereka akan menyesuaikan antara pakaian dan jilbab yang mereka miliki ketika ingin memakai dan membelinya, terutama dalam hal warna. Semua itu mereka lakukan agar terlihat berbeda dari yang lain dan tidak kelihatan norak. Tanpa disadari, mereka telah berperilaku konsumtif

¹⁵Fauzia, dkk, *op. cit.* 193.

¹⁶Erna Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 2.

dalam hal menjaga simbol dan status. Menurut Huzaemah,¹⁷ busana tidak merupakan pakaian untuk dibanggakan atau busana yang menyolok mata

Pengeluaran dalam hal konsumsi yang dilakukan seseorang hendaknya ditujukan sebagai amal shaleh yang semata-mata hanya mengharap ridho dari Allah SWT, tidak menyebut-nyebutnya, dan tidak pamer (sombong). Sebagaimana yang terkandung dalam Qs.al-Baqarah (2): 264 yang berbunyi:

\$ y g • f r ' - » t f t û i ï % © ! \$ # (# q ã Z t B # u ä Ÿ W (# q
è = ï Ü ö 7 è ? N ä 3 ï G » s % y % d 1 Ç d ` y J ø 9 \$ \$ Î / 3 “ s Ö
F { \$ # u r “ É ‹ © 9 \$ % x . ß , ï ÿ Y ã f ¼ ã & s ! \$ t B u ä !
\$ s □ Í ‘ Ä “ \$ “ Z 9 \$ # Ÿ w u r ß ` ï B ÷ s ã f « ! \$ \$ Î / ï Q ö
q u ‹ ø 9 \$ # u r ï □ Å z F y \$ # (¼ ã & é # s V y J s ù È @ s V y J
x . A b # u q ø Ÿ | 1 ï m ø ‹ n = t ã Ò > # t □ è ? ¼ ç m t / \$ | 1
r ' s ù x @ Î / # u r ¼ ç m Ÿ 2 u Ž t l s ù # V \$ ù # | 1 (ž š c r â ‘ ï
% ø) t f 4 ' n ? t ã & ä ó Ó x « \$ £ J ï i B (# q ç 7 | i Ÿ 2 3 ^a !
\$ # u r Ÿ W ‘ ï % ô g t f t P ö q s) ø 9 \$ # t û i Í □ ï Ÿ » s 3 ø 9 \$
.

Menurut Ibnu Katsir, ayat ini Allah SWT memberitahukan bahwa amal sedekah itu pahalanya terhapus bila diiringi dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti hati penerimanya. Demikian pula halnya amal orang yang riya (pamer), pahalanya lenyap dan menyusut di sisi Allah, sekalipun orang yang bersangkutan menampakkan amal perbuatannya di mata orang banyak.¹⁸

f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Dalam membeli pakaian dan jilbab, mahasiswi saat ini tidak lagi memikirkan akan kebutuhan mereka sebagai seseorang yang sedang menuntut ilmu. Mereka lebih suka menuruti keinginan untuk memuaskan kesenangan, sehingga tidak jarang ada mahasiswi yang senang berpenampilan seperti artis ataupun model yang dikagumi.

¹⁷Huzaemah TahidoYango, *Fikih Perempuan Kontemporer*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), 17.

¹⁸Isma'il ibn Katsir Ad-Dimasyqi, *op. cit*, Juz 3, 88.

Seseorang cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya, baik itu pakaian, jilbab, maupun aksesoris lainnya. Dari semua mahasiswi, sebagian kecil dari mereka senang berpenampilan mengikuti model-model dalam iklan. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Pakaian dan jilbab yang digunakan oleh mahasiswi pada dasarnya adalah agar terlihat berbeda dengan orang lain, dari segi penampilan menunjukkan bahwa mereka mempunyai alasan, cara dan tujuannya sendiri untuk terlihat berbeda dengan yang lainnya. Setiap mahasiswi memiliki kriteria masing-masing dalam berpakaian dan berjilbab, sehingga dapat membuat rasa percaya diri yang tinggi. Kriteria yang mereka sebutkan rata-rata telah mengarah ke syari'at Islam, seperti tidak ketat, tidak memperlihatkan lekuk tubuh, sopan, tidak transparan dan lain sebagainya.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Bahkan mereka akan membeli produk tersebut, walaupun harganya mahal. Dari semua mahasiswi, sebagian besar dari mereka tidak menyukai membeli pakaian dan jilbab dengan harga yang mahal. Namun, ada pula yang tertarik membeli pakaian dan jilbab dengan harga yang mahal jika ada rejekinya.

Menurut Rahman,¹⁹ berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau dalam pengeluaran untuk hal-hal yang tidak perlu serta dalam keinginan-keinginan disebut kemewahan. Biaya kemewahan biasanya lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh seseorang dari hasil kesenangan tersebut, contohnya baju mahal.

Ajaran Islam sebenarnya bertujuan untuk mengingatkan umat manusia agar membelanjakan harta mereka sesuai kemampuan mereka. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan yang dapat mengakibatkan kerugian, dan tidak

¹⁹Afzalur Rahman, *op. cit.*49.

seharusnya juga menekankan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah pada kebakhilan. Manusia sebaiknya bersikap moderat dalam pengeluaran sehingga tidak mengurangi sirkulasi kekayaan (menimbun harta) dan juga tidak melemahkan kekuatan ekonomi masyarakat (akibat pemborosan).²⁰

Perilaku konsumtif mahasiswi juga terlihat dari frekuensi mereka mengganti jilbab dalam kesehariannya. Semua mahasiswi mengganti jilbabnya dalam sehari 2 sampai 4 kali, tergantung dari aktivitas mereka masing-masing.

h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda

Semakin besar materi yang dimiliki seseorang, maka keinginannya pun akan semakin besar untuk mengonsumsi suatu barang. Dari semua mahasiswi, rata-rata mereka telah mempersiapkan anggaran khusus untuk membeli pakaian dan jilbab. Anggaran tersebut berkisar antara Rp.100.000,00 sampai dengan Rp.300.000,00. Bahkan ada yang mempersiapkan anggaran yang sangat fantastis, yaitu Rp.2.000.000,00 untuk berbelanja pakaian dan jilbab. Namun, ada pula beberapa mahasiswi yang tidak secara khusus menyiapkan anggaran untuk berbelanja. Akan tetapi mereka akan berbelanja ketika ada uangnya.

Membeli barang yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya akan membuat seseorang menjadi konsumtif. Sebagian besar dari mahasiswi senang membeli pakaian dan jilbab yang terkadang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Hal tersebut terlihat dari kebiasaan mereka mengganti pakaian dan jilbab lama dengan model terbaru, membeli pakaian dan jilbab dengan model yang sama, dan frekuensi berbelanja yang setiap bulan sebanyak satu sampai tiga kali. Walaupun ada juga mahasiswi yang tidak berbelanja setiap bulannya, namun mereka mengatakan akan berbelanja ketika memiliki uang saja.

Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan seimbang. Salah satu ciri penting dalam Islam adalah bahwa ia tidak hanya mengubah nilai dan kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan

²⁰*Ibid*, 60.

kerangka legislatif perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan ini dan menghindari penyalahgunaan.²¹

Islam melarang hal yang berlebihan-lebihan karena sesuatu yang berlebihan itu juga merupakan hal yang tidak baik. Ada baiknya jika memiliki kesadaran untuk lebih bijaksana dalam membelanjakan uang yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan, sehingga harta yang ada dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Allah SWT berfirman dalam Qs.al-Furqaan (25): 67 yang berbunyi:

t ûï Ĩ %©! \$ # u r ! # sœĒ) (# q à) x ÿ R r & ö Ns9 (# q
è ùl □ ó j ç „ ö Ns9 u r (# r ç Ž ä l ø) t f t b %Ÿ2 u r š ú: ü t
/ š □ Ĩ 9 ° sœ\$ Y B# u q s%.

Menurut Ibnu Katsir,²² dalam ayat ini Allah SWT mensyari'atkan sikap pertengahan antara yang berlebihan dan yang kikir dalam bernaftkah, yakni tidak boleh melampaui batas, tidak boleh pula mengurangnya.

Qardhawi menjelaskan 3 prinsip dasar yang hendaknya menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim, yaitu:²³

- a. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.
- b. Tidak melakukan kemubadziran.
- c. Kesederhanaan.

Dari ketiga prinsip di atas seharusnya dapat dijadikan rujukan agar dapat bertindak lebih bijak dalam membelanjakan harta terutama dalam hal pakaian dan jilbab. Jangan hanya karena ingin dianggap muslimah modern, lalu kita terjerumus ke dalam model yang tidak ada habisnya yaitu *trend fashion* berpakaian dan berjilbab. Sehingga tidak memperhatikan faktor kesederhanaan, bahkan sampai memubadzirkan pakaian dan jilbab lama yang tidak sesuai dengan *trend*, padahal masih bagus dan layak pakai.

²¹MonzerKahf, *Ekonomi Islam; Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), 28.

²²Isma'il ibn Katsir Ad-Dimasyqi, *op. cit.*, Juz 19, 6.

²³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 138.

Penutup

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak mempunyai cara masing-masing dalam mengekspresikan diri. Perilaku mahasiswa FSEI dalam mengikuti *trend fashion* berbeda-beda. Hal ini terlihat dari keinginan membeli pakaian dan jilbab karena adanya iming-iming hadiah, adanya anggaran yang disiapkan untuk membeli pakaian dan jilbab setiap bulannya, frekuensi berbelanja yang rata-rata pernah dilakukan dalam satu bulan sekali dan bahkan ada yang sampai tiga kali, harga pakaian dan jilbab yang dikenakan, membeli pakaian yang sesuai dengan *trend* saat ini, kebiasaan membeli pakaian dan jilbab dengan menyesuaikan di antara keduanya, serta lokasi berbelanja yang tergolong mewah, seperti mall, distro, butik, dan lain sebagainya. Biaya yang dikeluarkan pada saat berbelanja pakaian dan jilbab yang cukup besar, bahkan ada yang mencapai Rp. 2.000.000,00 dalam sekali berbelanja. Rata-rata mahasiswa senang berbelanja dengan mengikuti keinginannya, tanpa memikirkan kebutuhannya sebagai seseorang yang sedang menuntut ilmu.

Perilaku konsumsi mahasiswa FSEI belum sesuai dengan norma dan etika konsumsi Islam. Mereka tergolong ke dalam perilaku konsumtif. Islam sangat melarang orang-orang yang berlebih-lebihan (boros) dalam mengonsumsi dan menyukai orang yang hidup dalam kesederhanaan. Dalam mengonsumsi pakaian dan jilbab, mahasiswa FSEI biasanya lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya.

Daftar Pustaka

- Ad-Dimasyqi, Isma'il ibn Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 3*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, t.th).
- _____, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 8*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, t.th).
- _____, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 15*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, t.th).
- _____, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 19*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, t.th).
- Edwin, Mustafa, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007).
- Fauzia, dkk, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam; Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014).
- Ferrinadewi,Erna,*Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).
- Hamidi, H. Muamal, *Terjemahan Tafsir Ayat Ahkam Ash-Shobuni, Juz Ke-2*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1992).
- Kahf,Monzer,*Ekonomi Islam; Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995)
- Kotler, P. dan Armstrong,N, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 1997).
- Lina dan H. Rosyid, *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri*. Jurnal Psikologika. Nomor 4. Tahun II, (Yogyakarta, 1997).
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006).
- Qardhawi,Yusuf,*Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997).
- Rahman, Afzalur,*Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995).
- Sarwono, S. W, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012).

Yanggo, Huzaemah Tahido, *Fikih Perempuan Kontemporer*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010).