

**PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI TERHADAP TREND FASHION DAN
MAKANAN MASA KINI MENURUT EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah STAI AL-ITTIHAD)**

Wahyudin*, Dudang Abdul Karim, Lisnawati*****

* Ekonomi Syari'ah, STAI AL-ITTIHAD

** Ekonomi Syari'ah, STAI AL-ITTIHAD

*** Ekonomi Syari'ah, STAI AL-ITTIHAD

Email penulis:

Wahyudin@stai-alittihad.ac.id

Dudangkarim15@gmail.com

lisnawati@stai-alittihad.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1. Faktor yang mempengaruhi mahasiswi prodi ekonomi Syariah 2. Tinjauan ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswi prodi ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan. Bahwa sebagian mahasiswi prodi ekonomi syariah Angkatan 2020-2021 berperilaku konsumtif dalam berbelanja mereka lebih cenderung mementingkan keinginan dalam berpakaian (*fashion*) dengan trend yang semakin berkembang dari pada kebutuhan untuk mencari kesenangan semata dan sebagian mahasiswi sudah mempertimbangkan dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan landasan ekonomi islam, Yang mempengaruhi mahasiswi berperilaku konsumtif adalah faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku, Faktor eksternal yang merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang, Islam mengajarkan dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah kebutuhan (*needs*) lebih mendominasi bukan sekedar kepada keinginan (*wants*) hendaknya seorang muslim dalam berbelanja secara adil, dalam arti tidak kurang dan tidak berlebihan dari yang semestinya. Jangan kikir dan jangan pula boros. Membelanjakan harta untuk kebutuhan pribadi, dianjurkan dengan ukuran kewajaran.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Trend Fashion dan makanan, Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Di era modern, globalisasi dan teknologi informasi telah mengubah cara kita melihat dan merespons tren, terutama di kalangan mahasiswi. Media sosial berperan penting dalam menghubungkan individu dengan tren fashion dan makanan, yang menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif muncul ketika pembelian barang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga pada dorongan emosional atau sosial, seperti keinginan untuk menunjukkan status atau mengikuti norma kelompok.¹

Teori Perilaku Konsumen menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh budaya, sosial, dan faktor psikologis. Dalam hal ini, mahasiswi mungkin merasa terdorong untuk membeli barang tertentu demi mendapatkan pengakuan sosial. Teori Motivasi Konsumsi, seperti yang diajukan oleh Maslow dan Veblen, menjelaskan bahwa konsumsi sering kali digunakan untuk memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri, serta untuk menunjukkan status.²

Dari perspektif ekonomi Islam, konsumsi harus sejalan dengan prinsip syariah, mengedepankan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan akhirat. Al-Qur'an mengingatkan umat Islam untuk tidak berlebihan dalam konsumsi dan memilih yang halal. Ajaran Islam juga menekankan kesederhanaan dan tanggung jawab sosial dalam belanja.³

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi memiliki dampak signifikan secara ekonomi, sosial, dan spiritual. Secara ekonomi, perilaku ini dapat menyebabkan masalah keuangan dan utang. Secara sosial, dapat menimbulkan tekanan untuk mengikuti tren, sementara dari aspek spiritual, perilaku boros dapat mengganggu keseimbangan spiritual dan mengalihkan perhatian dari nilai-nilai ibadah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku konsumtif mahasiswi terkait tren fashion dan makanan serta mengevaluasinya dari perspektif ekonomi Islam. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan bagaimana ajaran Islam dapat menjadi panduan untuk konsumsi yang lebih bijak dan beretika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan fokus pada penelitian lapangan (field research) dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Temuan yang diperoleh tidak melalui prosedur kuantitatif atau perhitungan statistik, melainkan melalui analisis proses deduktif dan induktif serta dinamika hubungan antarfenomena yang diamati dengan logika ilmiah. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dalam mengikuti tren fashion dan makanan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa mahasiswi STAI Al-Ittihad menunjukkan pola perilaku konsumtif yang kuat terhadap tren fashion dan makanan. Mereka cenderung membeli barang-barang yang sedang tren meskipun tidak diperlukan, dengan pengaruh besar dari media sosial seperti Instagram dan

¹ Philip Kotler, **Marketing Management** (New Jersey: Pearson, 2009).

² Abraham Maslow, "A Theory of Human Motivation," *Psychological Review* 50, no. 4 (1943): 370-396.

³ Al-Qur'an, Surah Al-Isra, ayat 27.

TikTok. Banyak mahasiswi mengakui bahwa diskon mendorong mereka untuk membeli lebih banyak. Selain itu, pilihan makanan mereka sering kali dipengaruhi oleh apa yang viral di media sosial.

Faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi pengaruh media sosial, tekanan sosial untuk tampil sesuai standar, dan aksesibilitas produk melalui e-commerce. Mahasiswi merasa perlu untuk mengikuti tren demi menjaga gengsi dalam lingkungan sosial mereka.

Meskipun ada pemahaman tentang prinsip ekonomi Islam, seperti larangan pemborosan, penerapan prinsip ini masih lemah. Banyak mahasiswi menyadari adanya pemborosan dalam konsumsi mereka tetapi merasa kesulitan untuk menahan diri dari godaan tren.

Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol berpotensi menimbulkan kesulitan finansial. Beberapa mahasiswi mengalami stres akibat pengeluaran berlebihan, yang berdampak pada kesehatan mental dan performa akademik mereka.

Hasil penelitian menunjukkan pola perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh media sosial dan tekanan sosial. Mahasiswi terpengaruh oleh keinginan untuk menunjukkan status sosial, sejalan dengan konsep "pemborosan status" dari Veblen. Meskipun mereka memiliki pemahaman tentang prinsip ekonomi Islam, kesenjangan antara pengetahuan dan penerapan masih ada, membutuhkan pendekatan pendidikan yang lebih terintegrasi. Dampak dari perilaku konsumtif ini tidak hanya berpengaruh pada kesejahteraan finansial, tetapi juga pada aspek psikologis dan spiritual. Untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan nilai-nilai Islam dalam konsumsi, diperlukan program pendidikan yang lebih komprehensif dan relevan dengan tantangan modern.

KESIMPULAN

Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah menunjukkan bahwa banyak di antara mereka cenderung mengonsumsi barang, terutama pakaian, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh tren yang berkembang. Banyak mahasiswi yang berbelanja didorong oleh keinginan dan faktor-faktor lain yang tidak selalu relevan dengan kebutuhan mereka. Hal ini tentunya bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan pentingnya konsumsi yang bijak dan sesuai kebutuhan.

Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi ini meliputi motivasi, konsep diri, serta proses belajar dan pengalaman. Mahasiswi sering kali terpengaruh oleh pengamatan terhadap lingkungan sekitar, termasuk informasi yang mereka terima tentang gaya hidup dan perilaku orang lain. Faktor acuan, seperti teman atau influencer, juga berperan penting dalam membentuk keputusan konsumsi mereka. Akibatnya, perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu, tetapi juga oleh faktor sosial dan psikologis yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Amri, Amir; Junaidi; Yulmardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*, (Bogor: IPB Pres, 2009)
- Andiko, Toha; Khatib, Suansar; Adetio Setiawan, Romi. *Maqashid Syariah Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018)

- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013)
- Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)
- Saprida. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana 2021)
- Satori, Djamam dan Komariah, Aan. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Wahbah Az- Zuhaili, (Murtadi, Tafsir Al-Wasith, dkk, Penerjemah), (Jakarta: Gema Insani, 2013)
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian gabungan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014)
- Hj. Assaad A. Sukmawati, ” Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syari’at Islam)”, *Journal Of Islamic Economic Law*, Vol. 1, No. 1, (September 2016).
- Khaira, Masnida dan ‘Aisyia, Nur ”Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi”, *Jurnal Al-Qalb*, No.2, Desember 2018
- Kurniawan, Chandra. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 4,(Januari 2017).
- Lestarina, Eni. “Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja”, *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, Vol. 2, No. 2, Tahun 2017.
- Pulungan, dkk. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol. 2, No.3,(2018).
- Rahmat, Arif. ”Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, *Journal Of Economic Studies*, Vol. 4, No. 1, (Januari-Juni 2020).
- Ramdania, Wida, dkk.”Konsep Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol. Vii No. 14(Juli 2020).
- Rio, Muhammad.” Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif

Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kecamatan Sambas)”, *Jurnal Kajian Perbatasan Antarnegara*, Vol. 2 No. 2 (Maret 2019).

Jami’ah Uin Raden Intan Lampung)”, (Skripsi: *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018).

Afrilyani, Selvi. ”Perilaku Konsumsi Perspektif Al-Ghazali (Studi Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia *Uinfas Bengkulu: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2022.

Erando, Raifi. “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Terhadap Fatwa Dsn-Mui No.110/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Akad Jual Beli“, *Uinfas Bengkulu: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2022.

Febrinal, Muthia. “Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tanaman Hias Dan Perlengkapannya Di Tinjau Dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus Ibu-Ibu Di Kelurahan Air Putih, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru)”, (Skripsi : *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, 2021).

Lodeng, Ahsan. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma’had Al-