

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Teori Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan, dan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan. Perilaku konsumtif terbentuk karena konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif muncul setelah adanya arus industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang banyak. Media elektronik maupun massa dalam hal ini sangat berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai media yang bisa menarik minat. Konsumen dalam membeli barang. Perilaku konsumtif ditandai adanya kehidupan yang berlebihan. Dan pola hidupnya dikendalikan dan di dorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Sumartono berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut.¹ Menurut Rosandi, perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai pada taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sabirin mendefinisikan perilaku konsumtif adalah sebagai suatu keinginan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. James F. Engel

¹ Sufrihana Rombe, "Hubungan Body Image Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di SMA Negeri 5", Jurnal Psikoborneo, Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Vol. 1, No. 4, Tahun 2013, h. 231

mendefinisikan perilaku konsumtif adalah sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Dari definisi dikemukakan oleh beberapa para ahli di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku konsumen yang dilakukan seseorang yang bersifat boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas serta terencana.² Penjelasan Ancok bahwa perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir. Jadi, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (want) daripada faktor kebutuhan (need). Definisi tersebut cukup menggambarkan secara jelas dan lengkap terkait dengan perilaku konsumtif.

Wahyudi juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pemikiran dan pertimbangan yang rasional. Akan tetapi, lebih kepada adanya kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda yang mewah dan berlebihan, serta segala hal yang dianggap paling mahal hanya untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Definisi tersebut mendukung definisi sebelumnya, di mana definisi ini mampu menjelaskan bahwa individu yang berperilaku konsumtif cenderung akan merasa bangga dan merasa percaya diri jika membeli atau menggunakan barang-barang bermerek.

Setiap manusia yang hidup di muka bumi seoptimal mungkin melengkapi keperluan hidup baik yang bersifat primer maupun sekunder. Islam mengajarkan dalam

² Hj. A. Sukmawati Assaad , “Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Perspektif Syari’at Islam”, *Journal Of Islamic Economic Law*, Palopo: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Vol.1, No. 1, September 2016, h.119

memenuhi kebutuhan hidup hendaknya didominasi sesuai dengan kebutuhan bukan sekedar keinginan, hendaknya secara muslim berbelanja secara adil dalam artian tidak kurang dan tidak berlebihan. Sebagai mana firman Allah SWT dalam Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31

يَبِيَّ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “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”.³

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan aktivitas membeli suatu barang secara berlebihan. Di mana pembelian tersebut dilakukan dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan lebih mengutamakan keinginan daripada manfaat atau kebutuhan dari barang tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Sumartono yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli suatu barang dengan mengutamakan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*). Peneliti mengacu pada teori tersebut karena definisi yang dijelaskan dapat diterapkan pada responden dalam penelitian ini. Teori tersebut juga mampu menggambarkan perilaku konsumtif secara lengkap dan spesifik, sehingga tepat digunakan untuk menjawab dan mendeskripsikan permasalahan dalam penelitian ini.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

a. Pembelian secara impulsive

Pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau hanya keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan tersebut dilaksanakan di tempat ketika membeli.

³ Kemenag, *Al-Qur'an dan terjemahannya*

b. Pembelian secara tidak rasional

Pembelian yang lebih didasari oleh sifat-sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga.

c. Pemborosan (*wasteful buying*)

Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang menggunakan uang dengan berbagai macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

3. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

a. Faktor internal

1) Motivasi

Motivasi merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Solomon memberi batasan yang lebih sederhana tentang motivasi yaitu proses-proses yang menyebabkan orang bertingkah laku seperti yang ia lakukan. Proses ini yang menyebabkan orang bertingkah laku seperti yang ia lakukan. Proses ini dipacu oleh aktifnya suatu kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu untuk berusaha menekan atau mengurangi tekanan.

2) Proses Belajar dan Pengalaman

Menurut Howard dan Seth, dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu.

4) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang

bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dianut remaja saat ini, hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif.

b. Faktor Eksternal

1) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil.

2) Faktor kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa.

3) Faktor keluarga

Keluarga, yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja, Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu.

4)) Kelompok acuan

Merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Menurut Louddon dan Bitta, kelompok acuan ialah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya.⁴

4. Perilaku Konsumtif dalam Ekonomi Islam

Nilai-nilai yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelanggaran terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup yang mewah merupakan perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melainkannya dari hal-

⁴ Dian Chrisnawati, Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)", Jurnal Spirits, Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, Vol. 2, No.5-6

hal yang mulia dan akhlak yang baik. Disamping itu, membunuh semangat jihad. Ali Abd ar Rasul juga menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah atau yang disebut dengan israf merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut. Sikap israf ini merupakan yang berlebih-lebihan dalam kepuasan diri pribadi atau membelanjakan harta untuk sesuatu hal yang tidak perlu.

Salah satu perbedaan mendasar antara sistem ekonomi Islam dan konvensional adalah menyoroti masalah kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan biasanya terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi, segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. dalam perspektif ekonomi Islam, semua barang dan jasa membawa pengaruh pada kemaslahatan disebut dengan kebutuhan manusia. Misal makan makanan yang halal dan bergizi merupakan kebutuhan manusia agar tetap hidup sehat. Keinginan adalah sesuatu yang terkait dengan hasrat, jika dipenuhi belum tentu meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun sesuatu. Keinginan merupakan bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual, manusia mempunyai keinginan nyaris tanpa batas, tetapi sumber dayanya terbatas. alam ekonomi konvensional tidak dibedakan antara kebutuhan dan keinginan, konsep kapitalis sangat mengedepankan keinginan. Keinginan dapat dijadikan standar kepuasan bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Konsep inilah yang menjebak manusia dalam perilaku konsumtif atau konsumerisme. Berbeda dengan konvensional, Islam mengenal adanya keseimbangan. Konsep keperluan dasar manusia adalah dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat. Dapat saja pada tingkat ekonomi tertentu sebuah barang dikonsumsi karena motivasi keinginan, pada tingkat ekonomi yang lebih baik barang tersebut menjadi sebuah kebutuhan, misalnya laptop, pada tingkat ekonomi tertentu ia dikonsumsi karena keinginan, akan tetapi pada kondisi dalam

melaksanakan pekerjaan atau pendidikan tertentu laptop menjadi sebuah kebutuhan.

Sikap israf biasanya diiringi oleh sikap hidup berlebihan (melampaui batas). Royal atau israf menurut Afzalur Rahman ada tiga pengertian yaitu, menghambur-hamburkan kekayaan pada hal-hal yang diharamkan seperti mabuk-mabukan, pengeluaran yang berlebih-lebihan pada suatu hal yang diharamkan tanpa memikirkan apakah itu sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedermawanan hanya sekedar pamer belaka. Sebagaimana Al-Qur'an mengecam kemewahan sikap berlebihan dan tabzir (pemborosan). Allah SWT memberi batasan kepada hambanya dalam berkonsumsi, dalam firman Allah SWT surah Al-Isra' ayat 27:3

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ بَوَّكَانَ الشَّيْطَانُ لِلرَّبِّ ۖ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara saudaranya syaitan, dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada tuhannya”.⁵

Ayat diatas menjelaskan tentang larangan untuk melakukan pemborosan yaitu mengeluarkan harta dengan cara berlebih-lebihan. Dengan demikian berlebih-lebihan merupakan sifat tercela. Yang diminta adalah pertengahan dan keseimbangan. Ini merupakan politik islam yang berkaitan dengan harta, sosial, dan keagamaan. Kemudian Allah SWT mengingatkan tentang buruknya perilaku boros seraya menetapkan orang-orang boros dan mengeluarkan hartanya secara berlebihan.⁶

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut martabat manusia bisa meningkat dan manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik secara wajar serta

⁵ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

⁶ Az-Zuhaili Wahbah, *Tafsir Al-Wasith*, (Jakarta: Gema Insani, 2013), h.

tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan dibolehkan selama hal itu mampu menambah masalah dan tidak mendatangkan kemudharatan. konsumsi berlebih-lebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan israf (pemborosan) atau tadzir (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. hal yang sama dengan sebutan prinsip pertengahan, umat Islam ditetapkan untuk menghabiskan dan mengonsumsi barang dalam pertengahan. Pada satu sisi manusia bersikap dermawan, tetapi pada saat yang bersamaan mereka juga tidak boleh berlebihan, baik untuk dirinya sendiri, keluarga maupun tanggungan mereka. Prinsip pertengahan berlaku untuk belanja konsumsi barang dan konsumsi jasa pada berbagai tingkat kebutuhan. Para fuqaha telah membagi tingkat konsumsi menjadi tiga tingkatan utama yaitu, primer (dharuriyat), sekunder (hajiyat) dan tersier (tahsiniyat). Pemenuhan konsumsi primer dimaksudkan untuk mewujudkan kelangsungan hidup meliputi makanan, tempat tinggal, agama, pakaiandan pernikahan. Pemenuhan konsumsi sekunder untuk mempertahankan prinsip-prinsip dasar kehidupan, mencakup barang dan jasa yang masih dihitung sebagai kebutuhan dasar meskipun tidak dalam hal jenis, jumlah dan kualitas yang sangat dibutuhkan seperti pada kebutuhan primer. Pemenuhan konsumsi tersier dimaksudkan untuk mewujudkan kehidupan lebih nyaman dan menyenangkan, termasuk di dalamnya adalah barang mewah. Seluruh tingkat kebutuhan tersebut harus diwujudkan oleh konsumen muslim dengan memperhatikan prinsip pertengahan.

5. Konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan aktivitas yang tak dapat dilepaskan dari pilar kehidupan manusia. Konsumsi dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, baik yang menjadi kebutuhan dasar atau kebutuhan primer (sandang, pangan dan papan),

kebutuhan pelengkap/sekunder. Konsep konsumsi dalam perspektif Islam manusia diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier akan tetapi tetap dengan melihat konsep maqashid syariah sehingga tidaklah dibenarkan jika melakukan sebuah aktivitas konsumsi hanya untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan dirinya saja sedangkan nilai-nilai dari tujuan syariat Islam diabaikan. Sebagaimana tujuan konsumsi dalam ekonomi islam yakni mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat (Falah), maka cara dalam berkonsumsi pun tentu haruslah berlandaskan kepada nilai-nilai dan syariat islam yang di dalamnya tidak hanya mementingkan aspek-aspek material (duniawi) tetapi memperhatikan juga aspek-aspek ukhrawi (akhirat). Sehingga dari aktivitas konsumsi yang sesuai dengan nilai islam akan tercapai kemaslahatan akhirat karena menjadi ibadah kepada Allah SWT dengan tidak mengabaikan kemaslahatan dunia.⁷ Konsep berperilaku konsumsi islami tidak diperbolehkan untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebih-lebihan dan harus memperhatikan batasan-batasan dalam konsumsi, karena dalam ekonomi islam hendaknya memperhatikan tujuan dari ekonomi islam itu sendiri yaitu masalah untuk mencapai falah. Tujuan perilaku konsumsi islami yakni seorang konsumen muslim lebih memperhatikan masalah dari pada untuk memuaskan nafsu. Tujuan konsumsi islami, yaitu untuk memaksimalkan masalah, yakni memaksimalkan kebaikan dan berkah. Menurut Ghofur ada beberapa hal yang menjadi titik tekan dalam konsumsi di dalam ajaran Islam yaitu konsumsi lebih diarahkan pada aspek masalah bukan utilitas, pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat islam (maqashid syariah), dalam islam dilarang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (israf), dalam Islam menekankan bahwa konsumsi

⁷ Wida Ramdania, Novita Irawati, Nurrohman, "Konsep Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, Bandung : UIN Sunan Gunung Djati, Vol. VII, No. 14, (Juli, 2020), h. 94

dapat dilakukan sepanjang memerhatikan pihak lain yang tidak mampu. Sehingga ditekankan aspek zakat, infak, dan shadaqoh.⁸

6. Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam

Menurut Abdul Mannan, dalam melakukan konsumsi terdapat lima prinsip dasar, yaitu :

a. Prinsip Keadilan

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT. Akan tetapi, pemanfaatan atas karunia Allah SWT tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat sehingga selain mendapatkan keuntungan material, ia juga merasakan kepuasan spiritual. Al Qur'an secara tegas menekankan norma perilaku ini, baik untuk hal-hal yang bersifat material maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat. Oleh karena itu, dalam Islam konsumsi tidak hanya barangbarang yang bersifat duniawi, tetapi juga untuk kepentingan di jalan Allah SWT. Allah berfirman dalam Q.S. Al Isra ayat 16 yang berbunyi.⁹

وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَا تَدْمِيرًا

Artinya: “Dan jika kami hendak membinasakan suatu negeri, maka kami perintahkan kepada orang yang hidup mewah di negeri itu (agar menaati Allah), tetapi bila mereka melakukan kedurhakaan di dalam (negeri) itu, maka sepentasnya berlakulah terhadapnya perkataan (hukuman Kami),

⁸ Noni Rozaini, Siti Nurmala Harahap, ”Pengaruh Mata Kuliah Ekonomi Syariah Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif”, Jurnal Niagawan, Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, Vol. 8, No. 3, November 2019, h. 226

⁹ Eddy Rohayedi, Maulina, ”Konsumerisme Dalam Perspektif Islam”, Jurnal Transformatif, Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Vol. 4, No. 1, April 2020, h. 43

kemudian Kami binasakan sama sekali (negeri itu)”.¹⁰

b. Prinsip Kebersihan

Dalam konsumsi yaitu kebersihan baik bersih dalam arti dzatnya maupun ‘bersih’ secara maknawi yakni ‘bersih’ dari hal-hal yang tidak berkah dan tidak dibenarkan syariat. Sesuatu yang dikonsumsi haruslah mengandung manfaat bukan malah mendatangkan mudharot. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al-Muddasir 74:4

وَتِيَابَكَ فَطَهِّرْ

Artinya: “Dan bersihkanlah pakaianmu”¹¹

c. Prinsip Kesederhanaan

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (israf), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewah), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya secara tidak rasional, tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu. Allah SWT akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.¹² Sepeti yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Ma’idah:87

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah diharamkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”.¹³

d. Prinsip kemurahan Hati

Dengan mematuhi perintah Islam maka tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan atau

¹⁰ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

¹¹ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

¹² Eddy Rohayedi, Maulina, “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Transformatif*, Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Vol. 4, No. 1 April 2020, h. 43

¹³ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

meminum yang halal. Serta meyakini bahwa seluruh makanan dan minuman yang halal dan thayib diciptakan oleh Allah karena kemurahan hati-Nya. Q.S Asy-Syura :38

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ

Artinya: “Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhan dan melaksanakan salat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menginfakkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka”.¹⁴

e. Moralitas

Kewajiban moral seorang muslim diajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah baik ketika sebelum dan sesudah makan atau minum sebagai bentuk terima kasih kepada-Nya. Kemudian ada kewajiban moral pula terhadap sesama manusia untuk saling membantu. Dalam Q.S Al-Baqarah (2): 219 menjelaskan:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنفِقُونَ ۗ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Mereka bertanya kepadamu (Nabi) tentang khamar dan judi. Katakanlah, ”pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya”.¹⁵

Sedangkan menurut Lukman Hakim dalam Buku Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam, ada beberapa prinsip konsumsi bagi seorang muslim. Nabi saw dan perilaku sahabat, prinsip-prinsip tersebut antara lain:

¹⁴ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

¹⁵ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

1. Prinsip Syariah

a) Memperhatikan Tujuan Konsumsi

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi “ibadah” dalam rangka mendapat ridha Allah swt.

b) Memperhatikan Kaidah Ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi dan memiliki manfaat tidak memiliki kemudharatan.

Islam menjunjung tinggi kebersihan, bahkan berdasarkan hadits kebersihan merupakan bagian dari iman. Kaidah ilmiah juga memperhatikan prinsip keadilan. Prinsip keadilan mengandung arti bahwa dalam berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, yakni berada dalam koridor aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan (halalan tayyiban).

c) Memperhatikan Bentuk Konsumsi

Dari konsep ini, fungsi konsumsi muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum, terlepas dari keridhaan Allah swt atau tidak, karena pada hakekatnya teori konvensional tidak mengenal tuhan. Seorang muslim dilarang misalnya mengonsumsi bangka, daging babi, darah, minuman keras (khamr), narkoba dan berjudi.

2. Prinsip Kuantitas

a. Sederhana, tidak bermewah-mewah

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Bersikap moderat antara boros dan kikir. Prinsip kesederhanaan, maksudnya dalam berkonsumsi harus menghindari sikap berlebihan (israf) dan mubazir, karena sikap seperti itu adalah sikap yang dibenci Allah swt.

b. Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan

realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan konsumen individu. Dimana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

3. Prinsip Prioritas

Prioritas atau urutan konsumsi alokasi harta menurut syariat Islam, yaitu:

a. Nafkah diri, istri, dan saudara

Nafkah diri, manusia diwajibkan untuk memenuhi kebutuhan diri dan mendahulukannya atas pemenuhan kebutuhan orang lain. Nafkah istri, nafkah harus dipenuhi suaminya karena ikatan dirinya kepada suaminya. Status istri telah menyebabkan ia telah diserahkan kepada suaminya, konsekuensinya suamilah yang menanggung keperluan (nafkah)nya. Nafkah kerabat, wajibnya nafkah adalah karena adanya keharaman untuk memutuskan silaturrahi. Kerabat dibedakan menjadi beberapa macam, yaitu: (1) keturunan dalam kategori ini adalah mereka yang telah dewasa atau masih kecil. (2) Ayah dan ibu yang termasuk garis keturunan ke atas, nafkah ayah dan ibu wajib dipenuhi oleh anak-anaknya. (3) saudara laki-laki dan perempuan serta semua kerabat yang masuk dalam kategori ini.

Nafkah bagi pihak yang membantu istri. Dalam mengerjakan pekerjaan rumah, ketika ada orang yang membantu istri maka nafkahnya menjadi tanggung jawab suami dari istri tersebut. Besarnya nafkah tergantung situasi dan kondisi atau kesepakatan, karena merupakan upah atau gaji. Dan pemenuhan kebutuhan pada binatang peliharaan.

b. Untuk memperjuangkan Agama Allah swt

Diantara karunia Allah swt yang diberikan kepada hamba-Nya yang mukmin adalah karunia berupa harta dan adanya semangat untuk membelanjakan harta itu di jalan yang dibenarkan oleh syari'at atau di jalan Allah swt.¹⁶

¹⁶ Lukman Hakim, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam (Jakarta: Erlangga, 2012), 93-99

B. Ekonomi Islam

Ekonomi berasal dari Bahasa Yunani kuno yaitu *oikos* yang berarti rumah dan *nomos* yang berarti aturan. Maksudnya adalah aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup. Adapun pengertian ekonomi islam menurut para ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah. Menurut Muhammad Abdul Mannan dalam buku teori mikro ekonomi, ilmu ekonomi islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai islam.¹⁷ Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan selama hal itu mendatangkan masalah dan tidak mendatangkan mafsadah.¹⁸ Mempelajari ekonomi islam merupakan salah satu bentuk ketakwaan kita kepada Allah SWT karena telah menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Allah telah berfirman di dalam surah Al-a'raf ayat 96 yang berbunyi :

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ
وَلَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ

Artinya: “Kalau saja mayoritas penduduk negeri itu beriman dan bertaqwa, maka pasti kami akan melimpahkan kepada mereka barokah dari langit dan bumi”.¹⁹

Muhamad mengemukakan defenisi ekonomi islam *Islam economics is the knowledge and applications and rules of the Shari'ah that prevent injustice in the requisition and disposal of material resources in order to provide satisfaction to human being and enable them to perform they obligations to Allah and the society.* (Ekonomi Islam adalah pengetahuan dan penerapan hukum syari'ah untuk mencegah terjadinya ketidakadilan atas pemanfaatan dan pembuangan sumber-sumber material dengan tujuan untuk memberikan kepuasan manusia

¹⁷ Saprida, Sejarah, Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana 2021), h. 3

¹⁸ Rosalinda, ekonomi islam, (Jakarta: PT. Raja grafindo persada, 2014), h. 107

¹⁹ Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

dan melakukannya sebagai kewajiban kepada Allah dan masyarakat). Menurut Rozaini dan Barawi ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana yang dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.²⁰

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (apriory judgement) benar atau salah tetap harus diterima.²¹ Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup Islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah. Menurut Abdul Mannan, ilmu ekonomi Islam tidak hanya mempelajari individu sosial melainkan juga manusia dengan bakat religius manusia itu sendiri.²²

Ilmu Ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi berdasarkan Syariat Islam yang bersumber Al-Quran dan As-Sunnah serta

²⁰ Noni Rozaini, Siti Nurmala Harahap, "Pengaruh Mata Kuliah Ekonomi Syariah Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif", Jurnal Niagawan, Medan: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Vol. 8, No. 3, November 2019, h.127

²¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 14.

²² Muhammad Abdul Mannan, Teori Dan Praktik Ekonomi Islam, (Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997), h. 20-22.

Ijma para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sebuah ilmu tentu memiliki landasan hukum agar bisa dinyatakan sebagai sebuah bagian dari konsep pengetahuan. Demikian pula dengan penerapan syariah di bidang ekonomi bertujuan sebagai transformasi masyarakat yang berbudaya Islami. Aktifitas ekonomi sering melakukan berbagai bentuk perjanjian. Perjanjian merupakan pengikat antara individu yang melahirkan hak dan kewajiban. Untuk mengatur hubungan antara individu yang mengandung unsur pemenuhan hak dan kewajiban dalam jangka waktu lama, dalam prinsip syariah diwajibkan untuk dibuat secara tertulis yang disebut akad. ekonomi dalam Islam. Ada beberapa hukum yang menjadi landasan pemikiran dan penentuan konsep ekonomi dalam Islam.

C. Trend Fashion

Malcolm Bernard, berpendapat bahwa pengertian fashion berasal dari bahasa latin *factio* berarti membuat yang diartikan sebagai seseorang yang melakukan kegiatan. Fashion diartikan sebagai jenis dari bentuk tata cara seseorang bertindak khususnya dari pandangan busana seseorang dalam berpakaian. Fashion pada dasarnya erat kaitannya dengan sebuah penampilan atau gaya seseorang yang ia gemari yang cenderung dapat menjelaskan keperibadian seseorang tersebut sesuai dengan perjalanan waktu dan perubahan zaman sesuai dengan perkembangannya, karena bisa saja apa yang menjadi trend saat ini belum tentu dikemudian hari dapat menjadi trend lagi dan bahkan bisa menghilang.²³

Era masyarakat modern saat ini fashion sudah menjadi bagian dari gaya hidup, tidak hanya tentang apa yang kita kenakan namun fashion sudah menjadi perwujudan dari kepribadian dan bagaimana seseorang ingin dipandang. Menurut Breward dalam Hines and Bruce (2003:169) menjelaskan fashion sebagai saluran penting untuk ekspresi identitas sosial, politik ide dan rasa estetika. Fashion bisa menjadi etalase kecil tentang diri seseorang bagi orang lain. Gaya berpakaian atau berbusana

²³ Mardhiah Abbas, dkk, "Fenomena Fashion Syar'i Sebagai Trend Budaya Menurut Akidah Islam (Studi Analisa Di Unimed Pada Fakultas Seni Dan Budaya)", Jurnal Theosofi Dan Peradaban Islam, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Vol. 2, No. 2, 2020, h. 325

merupakan sebuah bahan penilaian awal seseorang. Ragam fashion saat ini juga semakin berkembang, dalam segi bisnis hal ini dilihat oleh produsen untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga para designer terus menciptakan fashion marketing untuk memperkenalkan dan menjual produk fashion, serta sasaran akhirnya adalah konsumen untuk membeli produk fashion tersebut. Perkembangan itu semakin terwujud dari waktu ke waktu, munculnya beragam gaya serta model fashion membuktikan hal tersebut. Sedangkan fashion sendiri menurut arti dari kata fashion itu sendiri memiliki banyak sisi.

Istilah trend fashion mengacu pada aspek penampilan dan konstruksi produk fashion yang berhubungan dengan musim tertentu. Trend mode memberikan wawasan tentang gaya dan warna yang akan dibawa produk fashion di masa depan yang akan mereka bentuk. Gagasan tentang trend fashion akan bervariasi sesuai dengan jenis objek fashion, khususnya di mana mereka berada, dalam kebutuhan model pakaian seperti apa, sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi untuk menciptakan sebuah trend fashion. Terdapat trend jangka panjang yang menjadi dasar pembentukan trend masa depan, dan trend jangka pendek yang biasanya terkait dengan musim tertentu, misalnya hasil percetakan tertentu atau sebuah gaya tas baru. Selain itu Busana fashion memiliki berbagai atribut yang bisa dimanipulasi yang mencerminkan perubahan mode. Setiap atribut berpotensi untuk mencerminkan kecenderungan fashion yang kuat dalam dirinya sendiri. Atribut yang digunakan antara lain warna, kain, pola cetak, siluet, detail styling, dan trim.

sebuah fashion adalah gaya yang diterima oleh sebuah kelompok. Sebelum sebuah gaya dapat ditransformasikan menjadi sebuah fashion, dibutuhkan adanya sebuah kelompok yang mengadopsinya. Seorang pemimpin opini mungkin memakai sebuah gaya pakain tertentu yang menarik bagi pengikut di dalam lingkungan sosialnya. Namun hal itu masih dianggap sebagai gaya individu jika hanya dikenakan sendiri, sampai orang lain memilih untuk menggunakannya seperti tampilan yang sama. Tanpa meniru tidak akan terlahir fashion Terlihat dari definisi tersebut bahwa trend fashion erat kaitannya dengan gaya yang digemari, siklus waktu, kepribadian seseorang, lingkungan sosial dan pemimpin opini. Maka bisa dimengerti mengapa sebuah gaya yang digemari bulan ini bisa dikatakan ketinggalan jaman beberapa bulan kemudian.

Produk dan toko yang berbeda diperhatikan oleh konsumen dengan mempertimbangkan agar sesuai dengan kelas sosial tertentu. Dari uraian di atas menjelaskan bahwa fashion mempengaruhi individu tentang bagaimana mereka memproyeksikan diri mereka di dalam lingkungan masyarakat apakah sudah sesuai dengan kelas kelompok sosial mereka dalam membeli sebuah produk. Selain itu pada zaman modern ini fashion tidak hanya ditentukan oleh lapisan masyarakat atas saja namun masyarakat lapisan bawah juga mulai menikmati fashion sebagai gaya life style mereka, seperti penggunaan aksesoris gelang, jam, pakaian yang saat ini beraneka model dan jenisnya. Perhatian masyarakat terhadap fashion inilah yang menimbulkan peluang bisnis yang memiliki masa depan bagi perkembangannya karena fashion sendiri bersifat dinamis dan baik secara langsung maupun tidak langsung semua lapisan golongan masyarakat mengenakan fashion.

Trend fashion merupakan salah satu unit gaya hidup yang didorong oleh kemajuan teknologi dalam pertukaran referensi dari luar secara global. Pada zaman sekarang di Indonesia yang mengalami perkembangan modern terhadap fashion memiliki trendnya sendiri dengan latar budaya yang kaya maka dihasilkan kreativitas pada trend fashion dengan sentuhan multicultural.²⁴ *Trend fashion* merupakan suatu mode pakaian seperti jenis gamis, blus, kulot, rok tutu skirt, rok plisket mayung, kameja monalisa , outer scraft, hijab bella square dan lain sebagainya yang mana hal tersebut adalah sesuatu yang populer dalam jangka waktu tertentu. Trend fashion juga memiliki fungsi sebagai cerminan dari status sosial atau ekonomi yang dapat menjelaskan tentang popularitas. Selalu terdapat inovasi pada bidang fashion dari masa ke masa mengikuti perubahan yang selalu ada setiap saat. Impulse buying terjadi dengan adanya keinginan yang kuat secara tiba-tiba untuk membeli produk dan terkadang sangat sulit untuk ditahan, hal ini terjadi spontan ketika seseorang bertemu dengan suatu produk dan merasa sangat senang dan juga penuh gairah. Seseorang yang memilih gaya hidup untuk menjadi fashionable, maka akan terus mengikuti perkembangan fashion yang modern dan selalu mengikuti trend yang ada. Semakin seseorang tertarik

²⁴ Alliza Nur Shadrina,Dkk, ” Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab”, Journal Of Islamic Economics, Jakarta: Universitas PNVJ, Vol. I, No. 2, 2021, h. 53

pada dunia fashion, maka akan selalu mengikuti perkembangan model fashion yang ada saat ini.²⁵

D. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel yang peneliti teliti.

Penelitian Dini Nur Islamiyah Agustin dengan judul “Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Babaksari, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik Di Pasar Modern Ditengah Berkembangnya Online Shop”. hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sebagian masyarakat Desa Babaksari berperilaku konsumtif di pasar modern (*mall*) karena mengikuti zaman yang semakin modern. Dari perilaku konsumtif tersebut menunjukkan bahwa mall menjadi sasaran utama bagi mereka untuk berbelanja. Alasan mereka senang berbelanja di mall karena merasa nyaman dan barangnya bagus-bagus. Akan tetapi di zaman seperti ini membuat teknologi semakin canggih sehingga ada aplikasi online shop yang bisa digunakan untuk belanja melalui HP, namun masyarakat jarang menggunakan aplikasi tersebut karena ada yang tidak mengerti bagaimana cara memesanya dan ada yang tidak memiliki aplikasi tersebut. Ada juga yang pernah tertipu dan merasa kecewa dengan barang yang didapatkan dari online shop. Menurut mereka barang yang di diskon sangat menggiurkan dan pantas dibeli karena memiliki merk yang berkelas.²⁶

Terdapat nilai persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Dini. Nilai persamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai perilaku konsumtif. Letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dini yaitu penelitian ini mengenai *trend fashion* sedangkan penelitian Dini perilaku konsumtif terhadap pembelian *online shop*.

Misi Anggraini yang berjudul “Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi UIN Imam Bonjol)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa muslimah generasi Z mengikuti

²⁵ Irfa Diana Sari, Finisica Dwijayati Patrikha, “Pengaruh E-Gaya Hidup, Trend Fashion, Dan Customer Experience Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsumen”, Jurnal Akuntabel, Surabaya: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, Vol. 18, No. 4, (2021), h. 685

²⁶ Dini Nur Islamiyah Agustin, “Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Babaksari, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik Di Pasar Modern Ditengah Berkembangnya Online Shop”, Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019, h. 6

perkembangan produk trend fashion tapi masih mengikuti aturan-aturan syari'at dalam memilih trend fashion sesuai aturan syari'at. Namun, dalam hal mengikuti perkembangan trend fashion yang selalu berubah-ubah menyebabkan perubahan kebutuhan menjadi keinginan sesaat. Kemudian menimbulkan pola konsumsi yang bersifat israf, tabzir, riya, dan tabarruj pada pola konsumsi generasi Z khususnya pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.²⁷

Terdapat nilai persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Misi. Nilai persamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai perilaku konsumtif pada pembelian *trend fashion*. Letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian Misi adalah di objek penelitian.

Mardiana Silawane yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Ambon Dalam Melakukan Pembelian Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon 2022”. Berdasarkan hasil penelitian penunjukan bahwa perilaku konsumtif Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah di pengaruhi oleh beberapa hal seperti perkembangan jaman, faktor lingkungan, gaya hidup, dan juga adapun pengaruh dari media sosial yang menawarkan barang sehingga seringkali membuat mahasiswi tertarik untuk membeli barang yang di promosikan melalui sosial media. Apalagi dengan kehidupan mahasiswi yang seringkali membuat mereka percaya diri dengan terhadap barang yang mereka gunakan. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif yang dilakukan oleh Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah dalam berbelanja melalui media online belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam sebab apa yang menjadi alasan mereka berbelanja pada media online semata-mata bukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi hanya untuk mengikuti perkembangan zaman/trend, dan tidak mengikuti prinsip dasar mengkomsumsi dalam islam yakni prinsip

²⁷ Misi Anggraini, “Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi UIN Imam Bonjol)”, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Vol. 5, No. 3 Th 2022, h. 52-64

keadilan,kebersihan,kesederhanaan,kemurahan hati serta moralitas.²⁸

Terdapat nilai persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Mardiana. Nilai persamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai perilaku konsumtif pada pembelian *trend fashion*. Letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mardiana adalah melalui online shop.

Andi Sri Rahayu yang berjudul “Analisis Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Umumnya, mahasiswa lebih cenderung berperilaku konsumtif dibanding yang tidak berdasarkan dari ketiga bentuk perilaku konsumtif yaitu dari segi makanan, belanja pada keperluan penampilan “fashion”, dan cara mengisi waktu luang seperti shopping mall, dan lainlain. Tinjauan Ekonomi Islam belum diterapkan dengan baik oleh mahasiswa seperti dari data yang didapatkan bahwa sebagian pengeluaran mahasiswa lebih besar dari pemasukan, seringnya mahasiswa membeli makanan lalu tidak menghabiskannya atau membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, hal semacam ini tergolong pada kemubazziran yang dilarang dalam Islam. Maka dari itu dibutuhkan kesadaran dari setiap orang khususnya mahasiswa untuk menerapkan perilaku konsumsi yang sudah diajarkan dalam agama Islam.²⁹

Terdapat nilai persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Andi. Nilai persamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai perilaku konsumtif pada pembelian *trend fashion*. Letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mardiana adalah melalui online shop.

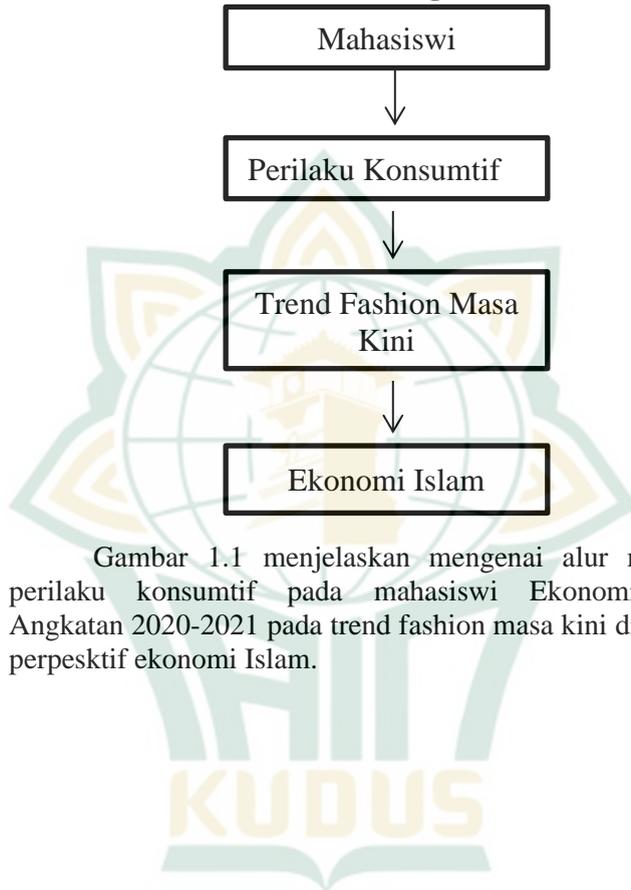
²⁸ Mardiana Silawane, ““Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Ambon Dalam Melakukan Pembelian Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon 2022”, Skripsi, Ambon, IAIN Ambon, 2022, h. 13.

²⁹ Andi Sri Rahayu yang berjudul “Analisis Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar”, Skripsi, Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2022, h. 14

E. Kerangka Berfikir

Penulis merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir



Gambar 1.1 menjelaskan mengenai alur munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021 pada trend fashion masa kini ditinjau dari perpesktif ekonomi Islam.