

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus, tidak terlepas dari sejarah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, yang merupakan bagian dari sejarah panjang berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Indonesia yaitu Institut Agama Islam Negeri. Di samping itu, keberadaan IAIN sendiri tidak terlepas dari pasang surutnya perjuangan Islam di Indonesia terutama dalam bidang Dakwah Islamiyah.<sup>1</sup> STAIN Kudus dapat dikatakan satu satunya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) diwilayah Pantai Utara (Pantura) bagian timur Jawa Tengah yang lokasinya dikelilingi oleh 7 (tujuh) kabupaten yaitu kabupaten Kudus, Kabupaten Jepara, Kabupaten Demak, Kabupaten Pati, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Rembang Kabupaten Blora dan juga kabupaten Tuban Jawa Timur.

Dengan perubahan bentuk Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus, menjadi Institut Agama Islam Negeri Kudus berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 05 April 2018, yang kemudian diikuti dengan terbitnya Peraturan Menteri Agama Nomor 33 Tahun 2018 pada tanggal 27 Desember 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Kudus dan Peraturan Menteri Agama Nomor 1 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam Negeri Kudus. Dalam perkembangannya, animo masyarakat semakin besar dan adanya tuntutan regulasi baru, pimpinan STAIN Kudus dengan Ketua Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., mulai tahun 2016 mengajukan proposal perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam menjadi Institut Agama Islam Negeri. Setelah melalui proses yang panjang, pada tahun 2018 melalui peraturan presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 7 April 2018 STAIN Kudus resmi berubah bentuk menjadi Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) dan melalui Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor

B.II/3/15450 tanggal 18 April 2018 mengangkat Dr. H. Mundakir, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Kudus. Kemudian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ini ada 5 prodi di dalamnya yaitu Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen Zakat Wakaf.<sup>1</sup>

## 2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

### Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

- a) Menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi dan bisnis Islam
- b) Menyiapkan lulusan yang memiliki integritas sebagai sarjana pembelajar dan memiliki kemampuan akademik dan professional dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis Islam melalui Islam terapan.
- c) Menyiapkan calon entrepreneur yang kreatif dan inovatif serta memiliki daya saing di tingkat nasional dalam dunia kerja dan berwirausaha.
- d) Menghasilkan riset-riset di bidang ekonomi dan bisnis Islam sehingga mampu berperan dalam mewujudkan masyarakat yang madani demokratis dan bermoral Islam.
- e) Menjadi salah satu fakultas terunggul di bidang ekonomi dan bisnis Islam serta menjadi rujukan bagi calon mahasiswa di tingkat nasional.

### Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

- a) Mengembangkan program studi sebagai *Center of Islamic Learning* ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis Islam.
- b) Menyiapkan lulusan yang professional dan siap mengelola Lembaga Keuangan dan bisnis Islam sehingga mampu memenuhi tuntutan pasar industri.
- c) Membentuk lulusan Sarjana Ekonomi yang berkualitas: berfikir ilmiah, berbudaya akademik, berperilaku anggun dan produktif dalam ilmu ekonomi dan amal.

---

<sup>1</sup> Profil IAIN Kudus <https://iainkudus.ac.id/>

- d) Menjalinkan kerjasama dengan berbagai Lembaga Keuangan Syariah, baik dalam skala regional maupun nasional di bidang Pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.
  - e) Mengembangkan pemberdayaan ekonomi dan bisnis Islam dengan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal.<sup>2</sup>
3. Data Mahasiswi Ekonomi Syariah

Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah berada dalam naungan Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri Kudus Angkatan 2020 terdiri dari 94 perempuan dan 35 laki-laki dengan jumlah 129 orang dan Angkatan 2021 ada 98 perempuan dan 35 laki-laki dengan jumlah 133 orang. Adapun rincian mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2020-2021 sebagai berikut :

No.	Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Kelas 7A	3	28	31
2.	Kelas 7B	7	28	35
3.	Kelas 7C	14	20	34
4.	Kelas 7D	11	18	29
	Total	35	94	129

Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020  
Tabel 1.2

No.	Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Kelas 5A	12	21	33
2.	Kelas 5B	6	29	35
3.	Kelas 5C	8	24	32
4.	Kelas 5D	9	24	33
	Total	35	98	133

Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021  
Tabel 1.3

<sup>2</sup> Profil IAIN Kudus <https://iainkudus.ac.id/>

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021 terhadap trend fashion

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku dimana individu dalam membeli barang yang tidak berdasarkan pada rasional dalam memenuhi kebutuhan melainkan mengonsumsi tidak terbatas secara berlebihan.

#### a. Membeli karena diskon dan bonus yang ditawarkan.

Pada dasarnya diskon adalah pengurangan harga tercatat yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli dalam membeli pakaian (*fashion*) dengan adanya diskon membuat seseorang terdorong untuk membeli pakaian tersebut. Ema Dwi Aryanti mengatakan:

“Saya menyukai *fashion* yang ngetrend apalagi banyak diskon semakin tinggi rasa ingin membeli dan dalam berbelanja *fashion* di zaman sekarang barangnya bagus-bagus, apalagi untuk kita sebagai mahasiswi”.<sup>3</sup>

Kemudian Sisca Aulia mengatakan:

“Saya cukup menyukai trend fashion yang sedang berkembang seperti sekarang ini, apalagi di beberapa toko yang menyediakan model pakaian yang sedang ngetrend dan sering melakukan diskon”.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa adanya diskon atau potongan harga yang ditawarkan pada suatu produk sangat mempengaruhi ketika sedang berbelanja. Semakin banyak diskon mereka lebih tertarik, mereka membeli produk yang sebelumnya tidak direncanakan, hanya karena produk tersebut sedang diadakan diskon sehingga mereka tidak keberatan untuk mengeluarkan uang dan membeli produk tersebut.

#### b. Membeli Produk Karena Kemasannya Menarik

Dalam membeli pakaian biasanya seseorang cenderung lebih memilih produk pakaian yang mereka anggap menarik. Karena dengan desain menarik seseorang

---

<sup>3</sup> Ema Dwi Aryanti, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip.

<sup>4</sup> Sisca Aulia, Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip.

akan tertarik untuk membeli pakaian tersebut, di ungkapkan oleh Afita Dewi bahwa:

“Saya pribadi terkadang saya membeli barang yang menurut saya menarik dengan mengikuti fashion yang ada. Terlebih fashion kekinian, menurut saya keserasian dalam berpenampilan menjadi nomor satu. Saya menyukai berbagai bentuk model pakaian terbaru /kekinian yang menurut saya bagus dan menarik karena saya suka memperhatikan penampilan”.<sup>5</sup>

Berdasarkan peneliti yang amati di sekitar, membeli produk karena kemasannya menarik banyak diminati karena hal ini merupakan pandangan pertama ketika ingin membeli sesuatu. Sehingga menimbulkan rasa ingin membeli tanpa memikirkan manfaat dan kegunaanya. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli hijab karena tampilannya dari hijab tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun hijab tersebut tidak dibutuhkan.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih suka memilih pakaian yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Seperti yang diungkapkan Tiara Adisty:

“Mengikuti trend fashion yang kekinian itu sangat penting karena tidak dapat dipungkiri dalam realita kehidupan saat ini, penampilan menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan sosial. Di zaman sekarang tidak mau dibilang kurang update termasuk saya pribadi seperti itu, karena orang-orang memperhatikan penampilan”.<sup>6</sup>

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri,

---

<sup>5</sup> Afita Dewi, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip.

<sup>6</sup> Tiara Adisty, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dari perilaku individu yang sengaja membeli barang-barang mahal dan bermerek untuk dapat dipandang lebih dari teman-temannya.

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

Individu cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah seperti diungkapkan oleh Puji Lestari :

“Saya dalam membeli pakaian lebih suka membeli barang yang murah dengan barangnya sama, kita bisa beli barang yang bermerek tetapi saya lebih sering membeli barang yang murah dengan barangnya tetap sama. Saya dalam membeli barang lebih memperhatikan kualitas ketimbang harga karena menurut saya pasti ada harga ada juga kualitas”.<sup>7</sup>

Seorang individu membeli harus dengan pertimbangan harga terlebih dahulu karena berdampak pada sikap pemborosan ketika dilakukan berulang-ulang secara terus menerus.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Seseorang mempunyai kemampuan membeli yang tinggi dalam berpakaian sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mengikuti trend untuk menghindari ketinggalan zaman yang diungkapkan oleh Sisca Aulia :

“Saya mengikuti trend fashion yang ada atau semakin berkembang saat ini karena menurut saya zaman sekarang tidak memakai pakaian yang sedang ngetrend itu kelihatan kuno ga ngikutin fashion, saya sebagai generasi anak muda, jika saya tidak mengikuti trend yang ada akan terlihat kurang update dan ketinggalan zaman oleh orang-orang disekitar saya yang menjadikan fashion itu sebagai penunjang penampilan”.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Puji Lestari, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

<sup>8</sup> Sisca Aulia, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip



Hal ini akan berdampak buruk jika dilakukan seorang mahasiswi, karena harus memaksakan suatu keinginan bukan karena suatu kebutuhan. menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang-barang yang mahal dan bermerek untuk mencerminkan bahwa dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model/Ootd

Seseorang cenderung meniru perilaku yang ada di berbagai macam media sosial sehingga individu cenderung memakai dan mencoba menyesuaikan dengan diri mereka tersebut dari beberapa ungkapan yang dinyatakan beberapa informan bahwa.

Ungkapan dari Afrida Aulia:

“Sekarang sangatlah mudah untuk mengikuti trend fashion terutama dari akun sosial banyak sekali yang bisa dicontoh dan di ikuti, saya melihat barang apa yang sedang dipakai orang-orang di akun media sosial terutama Instagram, tiktok, setiap pembelian selalu saya cocokkan dengan barang apa yang akan saya pakai”.<sup>9</sup>

Ungkapan dari Ema Dwi Aryanti:

“Ditambah lagi banyaknya efrensi yang sering dilihat di media sosial seperti Instagram,tiktok trend yang sedang marak tersebut, sehingga saya juga timbul rasa ingin dan akhirnya saya membeli barang atau pakaian tersebut tetapi disamping itu saya juga memperhatikan warna apa yang cocok karena dalam membeli barang juga harus dilihat kesererasiannya sehingga bisa dipadukan dengan barang yang kita beli tersebut, saya sering melihat refrensi dari Ootd (Outfit Of The Day) para selebgram karena ada rasa kesenangan tersendiri ketika melihatnya apalagi membeli, sehingga saya suka melihat bahkan mengikuti gaya pakian yang mereka kenakan”.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Afrida Aulia, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

<sup>10</sup> Ema Dwi Aryanti, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

Mengikuti sebuah trend boleh saja, namun harus menyesuaikan dengan kemampuan dan kenyamanan dalam diri sendiri. Jangan hanya ingin tampil trendy namun harus mengorbankan uang saku. Kebiasaan seperti ini akan berdampak banyak dalam kehidupan.

- g. Membeli produk akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Dengan banyaknya *fashion* yang berkembang seseorang terdorong untuk membeli pakaian yang mengikuti trendy dengan adanya hal tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri yang tinggi sama halnya yang diungkapkan dari Riana Safitri

“Mengikuti fashion itu sangat penting terutama dizaman sekarang. Fashion nomor satu bagi saya, dengan berpenampilan sesuai dengan trend fashion yang ada akan membuat diri semakin lebih percaya diri Saya mengikuti trend dalam berpakaian juga sepenuhnya perlu dilakukan, karena itu dapat meningkatkan kepercayaan diri disaat kita berpergian dan bertemu orang-orang banyak. Saya menyukai trend fashion dan mengikutinya menurut saya fashion atau dalam berpakaian sangatlah penting agar lebih percaya diri”.<sup>11</sup>

Kunci untuk meningkatkan kepercayaan diri melalui fashion adalah menjadi diri sendiri, tanpa penyesalan apa yang akan dipilih. Karena yang dikenakan adalah mencerminkan kepribadian dan esensi diri sendiri, bukan kepribadian dan esensi yang digambarkan, sebab pakaian berkomunikasi dengan semua yang melihatnya. Yang terpenting dalam fashion adalah tampil percaya diri sebagai diri sendiri karena fashion adalah tentangmu dan seleramu.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2020-2021 berperilaku konsumtif pada *trend fashion* masa kini.**

Berperilaku konsumtif terhadap *trend fashion* masa kini. Mahasiswi tentunya dalam berperilaku konsumtif dipengaruhi berbagai faktor yang mana diungkapkan dari

---

<sup>11</sup> Riana Safitri, "Wawancara" (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip



beberapa informan bahwa mereka dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya.

a. Motivasi

Dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa dipengaruhi oleh adanya dorongan dari dalam dirinya untuk bisa memiliki dan menggunakan barang/jasa yang diinginkannya yang diungkapkan oleh informan dari Sisca Aulia yang mengatakan

“Dalam membeli suatu barang atau pakaian faktor yang mempengaruhi saya membeli sesuatu adalah adanya keinginan diri saya sendiri sehingga ketika melihat barang tersebut terdorong untuk membelinya dan Faktor yang mempengaruhi saya dalam mengikuti trend fashion adalah adanya keinginan yang mendorong saya untuk membeli barang tersebut Karena adanya faktor kebutuhan yang menjadi keinginan sehingga saya membeli barang tersebut”.<sup>12</sup>

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Seperti ketika merasa lapar maka akan segera mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut yang dinamakan kondisi fisik seseorang yang mendorong ia membutuhkan makanan yang menghilangkan rasa lapar tersebut. Dorongan inilah yang disebut motivasi. motivasi muncul dengan alasan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

b. Konsep Diri

Yaitu dalam membeli barang disesuaikan dengan penilaian diri sendiri seperti yang diungkapkan dari Indah Kusumawati yang mengatakan

“Faktor yang mempegaruhi saya dalam membeli karena menurut saya barang tersebut cocok untuk saya pakai Yang mempengaruhi saya

---

<sup>12</sup> Sisca Aulia, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

dalam membeli karena keinginan saya sendiri”.<sup>13</sup>

konsep diri itu mempengaruhi keputusan pembelian seseorang bergantung pada sejauh mana seseorang menyesuaikan untuk dirinya.

c. Proses Belajar dan Pengalaman

Dimana individu belajar mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan tersebut di ikuti dipakai individu sebagai referensi yang diungkapkan beberapa informan. Seperti yang dikatakan Ema Dwi Ayanti:

“Faktor yang mempegaruhi saya adalah adanya refrensi dari berbagai penampilan orang lain dan Faktor yang mempengaruhi saya dalam membeli suatu barang karena adanya bahan inspirasi untuk saya meniru karena menurut saya bagus serta Karena adanya berbagai tampilan di media sosial sehingga saya membeli barang tersebut”.<sup>14</sup>

d. Gaya Hidup

Faktor gaya hidup, dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa untuk memenuhi pola kehidupan agar tidak ketinggalan zaman atau selalu up to date yang diungkapkan informan bahwa Ungkapan dari Riana Safitri

“Faktor yang mempengaruhi saya dalam membeli karena adanya faktor tuntutan gaya hidup di era sekarang dan Faktor yang mempengaruhi saya adalah dengan adanya perkembangan zaman sehingga saya mengikuti perkembangan zaman”.<sup>15</sup>

cara hidup menggambarkan perilaku individu dalam memanfaatkan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

---

<sup>13</sup> Indah Kusumawati, Putri “wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

<sup>14</sup> Ema Dwi Aryanti, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

<sup>15</sup> Riana Safitri, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

e. Faktor Kelompok

Faktor kelompok anutan atau dijadikan acuan, dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa cenderung mengikuti apa yang dibeli dan digunakan oleh anggota kelompok acuannya. Afita dewi mengatakan:

“Faktor yang mempengaruhi saya karena adanya teman memakai barang tersebut sehingga saya tertarik untuk membelinya Faktor yang mempengaruhi saya dalam membeli suatu barang karena ruang lingkup teman sebaya”.<sup>16</sup>

Secara normal individu ingin menyesuaikan diri dengan lingkungannya, termasuk status individu dalam kelompok serta peranannya. Adanya kelompok ini dapat mempengaruhi tindakan individu untuk bersifat konsumtif dengan menghadapkan individu pada pola dan gaya hidup baru.

**3. Tinjauan ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020- 2021**

Mahasiswi dalam melakukan pembelian dan pemakaian suatu barang bukan lagi untuk memenuhi atau mencukupi kebutuhan, melainkan didorong karena adanya faktor keinginan yang kurang berguna dan berbagai alasan lainnya yang dianggap kurang penting. Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal yang biasa atau lumrah pada kehidupan sehari-hari, selama membeli itu benar-benar ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau kebutuhan primer. Namun yang akan menjadi permasalahan ketika dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut seseorang atau lebih khusus pada mahasiswi mengembangkan perilaku yang mengarah ke perilaku konsumtif. Perilaku israf atau berlebih-lebihan sangat diharamkan dalam islam meski komoditi yang dibelanjakan halal. Setiap individu yang hidup di atas muka bumi ini selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat primer maupun sekunder.

---

<sup>16</sup> Afita Dewi, “Wawancara” (Neng Sulyandari, 2023), Transkrip

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.

### C. Analisis Data Penelitian

Perilaku konsumtif mahasiswi pada *trend fashion* masa kini dapat dilihat dari penjelasan diatas bahwa mahasiswi yang mengikuti *trend fashion* masa kini dengan adanya diskon lebih banyak kemudian membeli suatu produk karena barang atau pakaian tersebut lebih menarik juga banyak yang minat, membeli produk untuk menjaga penampilan diri ada beberapa yang menerapkan, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar kegunaan atau manfaat) juga lebih banyak, karena sekarang fashion sekarang sudah berkembang dan melambung tinggi.

#### 1. Perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021 terhadap trend fashion

##### a. Membeli karena diskon dan bonus yang ditawarkan.

Diskon adalah sistem potongan harga yang dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, sehingga harga yang ditawarkan berkurang. Oleh sebab itu konsumen lebih diuntungkan dengan adanya diskon. Dengan alasan ingin berhemat banyak mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya prodi Ekonomi Syariah suka memburu barang-barang yang diberi diskon. Mahasiswa sadar ataupun tidak, dengan adanya diskon mereka belanja melebihi kebutuhan atau berlebihan, hal inilah yang menjadikan mahasiswa berperilaku boros, alasannya karena ketika mahasiswa belanja mahasiswa tidak lagi fokus pada kebutuhannya melainkan hanya terfokus pada tawaran diskon yang diberikan, sehingga terkadang mahasiswa sering kehabisan uang walaupun masih awal bulan, hal inilah yang menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam belanja. Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja

diberikan oleh pusat perbelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah seringnya individu membeli barang yang tidak dibutuhkan saat tersedia program potongan harga di pusat perbelanjaan.

b. Membeli Produk Karena Kemasannya Menarik

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena cover dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Penampilan diri merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap individu tentu saja ingin selalu tampil serasi dan menarik agar disukai oleh orang lain. Oleh karena itu setiap orang selalu mengupayakan berbagai cara untuk menjaga serta menunjang penampilan dirinya. Terutama dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dimana mahasiswi selalu berpenampilan fashionable, hal ini dilakukan agar mahasiswa tetap terlihat menarik dan modis dengan cara mahasiswa memakai pakaian yang matching, memakai aksesoris seperti gelang, jam tangan, cicin, kaca mata dan lainnya, kemudian mahasiswa selalu berganti-ganti pakaian setiap kali datang di kampus. Hal ini dilakukan agar mahasiswa bisa selalu tampil percaya diri.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Mahasiswi cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah. Menyebabkan membeli tidak melihat kegunaannya terlebih dahulu.

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Mahasiswi mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Hal ini jika di



lakukan berulang-ulang akan menimbulkan perilaku konsumtif pada dirinya.

f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model/Ootd

cenderung meniru perilaku tokoh yang di idolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

g. Membeli produk akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Mahasiswi sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas dapat diketahui bahwa Prioritas konsumsi mahasiswa bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan primer, namun mulai bergeser pada pemenuhan keinginan. Sikap kesederhanaan yang mencerminkan konsumsi Islam, kini mulai bergeser mengikuti tren terbaru. Yaitu membeli sesuatu karena ada model terbaru, bukan karena kebutuhan. Mereka membeli karena diskon dan bonus yang ditawarkan sehingga mereka tidak memperhatikan manfaat atau kegunaannya. Kemudian Membeli Produk Karena Kemasannya Menarik, Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model/Ootd dan yang terakhir Membeli produk akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa pola perilaku konsumsi mahasiswa mulai menyimpang dari norma dan etika, sehingga mengarah kepada perilaku konsumsi berlebih dan bersifat Israf

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2020-2021 berperilaku konsumtif pada trend fashion masa kini**

Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2020-2021 berperilaku konsumtif pada trend fashion masa kini yaitu termotivasi dimana seseorang dalam membeli dan menggunakan sebuah barang/jasa yang



diinginkanya, konsep diri dalam membeli barang disesuaikan dengan dirinya sendiri, belajar dan pengalaman dimana individu belajar mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan tersebut dipakai seorang individu sebagai acuan, gaya hidup dimana seseorang dalam membeli dan menggunakan barang/jasa guna memenuhi pola kehidupan agar tidak ketinggalan zaman dan selalu tampil trendy dan tetap fashionable, faktor kelompok atau dijadikan referensi, dimana seseorang dalam membeli dan menggunakan barang/jasa cenderung mengikuti apa yang dibeli dan digunakan oleh teman lainnya.

#### a. Motivasi

Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Misalnya keputusan untuk membeli krim pemutih wajah, akibat melihat iklan yang dibintangi salah satu artis dan produk itu menawarkan beberapa keunggulannya. Sehingga semakin mendorong untuk membeli produk itu, mereka berharap hasilnya sesuai dengan apa yang mereka lihat. Padahal belum tentu hasilnya sama atau cocok dikulit, karena efek yang dirasakana masing-masing orang berbeda.

Perilaku yang di tampilkan, Mengumpulkan beberapa barang untuk dikoleksi, Ingin menaikkan status sosial.<sup>17</sup> Motivasi belanja merupakan dorongan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dimana kebutuhan konsumsi harus terpenuhi agar terjadi keseimbangan. Namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan semata. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, tetapi saat ini apabila dilihat dariacamata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi yang di maksud yaitu konsumsi kepuasan dan keinginan. Hal ini nampak pada perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Ekonomi Syariah dalam aktivitas belanja

---

<sup>17</sup> Nooriah Mujahidah, Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya, Universitas Negeri Makassar, 2020 , 10

dimana saat ini ketika belanja mahasiswa lebih condong pada keinginan belanja produk-produk yang disukainya dan tidak lagi didasarkan atas kebutuhan.

#### b. Konsep Diri

Bahwa konsep diri dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif. Ketika individu memiliki konsep diri yang rendah, maka intensitas perilaku konsumtifnya akan lebih tinggi, begitu juga sebaliknya. konsep diri dapat diartikan sebagai suatu konsep seseorang tentang siapa dan apa dirinya. Jika seseorang mempunyai konsep diri positif maka akan berperilaku positif, dan sebaliknya jika seseorang mempunyai konsep diri negatif maka akan cenderung berperilaku negative.<sup>18</sup> Konsep ini adalah bayangan cermin dan sangat bergantung pada peran dan hubungan dengan orang lain dan bagaimana orang lain mungkin bereaksi terhadap mereka. Konsep diri meliputi citra diri fisik dan psikologis. Citra diri fisik biasanya berkaitan dengan penampilan, sedangkan citra diri psikologis didasarkan pada pikiran, perasaan, dan emosi.

#### c. Proses Belajar dan Pengalaman

Persepsi merupakan cara individu mendapatkan, mengorganisasikan, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Sedangkan pembelajaran diperoleh dari kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan pertimbangan tingkat kepuasan yang maksimal. Berdasarkan wawancara dari informan yang bersangkutan menyatakan bahwa sebagian besar perilaku konsumsi yang dilakukan dipengaruhi oleh faktor pembelajaran dan persepsi. Berawal dari keinginan untuk mengetahui produk dari orang yang sudah terlebih dahulu menggunakan, hingga muncul persepsi dalam diri untuk menggunakan. Selain itu keinginan untuk mengetahui produk mana yang terbaik, sehingga mendorong pemakaian yang berulang-ulang walaupun hasilnya tidak sesuai yang diharapkan.

#### d. Gaya Hidup

Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktunya. Dalam pandangan ekonomi gaya hidup merupakan

---

<sup>18</sup> Irawan, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(1), 39.

cara seseorang mengalokasikan pendapatannya dan bagaimana konsumsinya. Berdasarkan wawancara dari informan yang bersangkutan menyatakan bahwa sebagian dari setelah kuliah langsung pulang, disaat itulah waktu luang dimanfaatkan mereka untuk bermain bersama keluarga, pergi kerumah tetangga ataupun jalan-jalan bersama teman. Dari kegiatan tersebut banyak aktivitas yang dilakukan seperti berbelanja ke store, ataupun jalan-jalan sambil berbelanja. Apalagi dekat kost terdapat toko-toko yang menjual kosmetik, baju, jilbab dan juga pusat jajanan. Mereka akan lebih sering melihat-lihat koleksi toko dan akhirnya mereka membeli karena warna atau modelnya yang bagus walaupun mereka belum membutuhkan.

#### e. Faktor Kelompok

Dimana mereka sehari-harinya melakukan aktivitas bersama seperti makan, belajar, jalan-jalan, berlibur serta belanja. Berdasarkan pemaparan dari informan, teman kuliah atau teman bermain sangat berpengaruh dalam proses konsumsi. Mereka mudah terpengaruh dengan mahasiswa lain seperti ingin memiliki jilbab atau baju yang dimiliki oleh temannya, ajakan temannya untuk membeli, bahkan membeli jilbab atau baju dengan warna yang sama walaupun tidak merasa membutuhkan. Berdasarkan wawancara dari informan yang bersangkutan mereka membeli jilbab ataupun baju karena mengikuti model yang terbaru, mereka membeli yang lagi booming yang biasanya dipakai oleh selebgram atau model, namun setelah tidak booming lagi mereka akan menyimpannya sebagai koleksi di rumah. Jadi berdasarkan data di lapangan, dapat di lihat bahwa mahasiswa dalam mengkonsumsi jilbab atau baju karena temannya, walaupun jilbab yang di beli sebenarnya tidak dibutuhkan. Mereka berfikir harus mengikuti temannya untuk membeli agar terlihat trend, membeli baju atau jilbab yang sedang booming serta mereka membeli hanya untuk mix and match sebagai penunjang penampilan agar diakui oleh orang lain atau lingkungan.

Dari analisa di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi pola konsumsi mahasiswi Ekonomi Syariah adalah faktor motivasi, konsep diri, proses belajar atau pengalaman dan faktor kelompok. Motivasi akan mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan konsumsi, walaupun sebenarnya tidak begitu dibutuhkan. Mereka akan merasa bangga jika dirinya dianggap unggul karena memiliki

barang atau selera konsumsi yang berbeda dengan orang lain. Teman bermain akan mempengaruhi mahasiswa untuk mengikuti ajakan membeli baju, kosmetik ataupun jilbab walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan, karena pada dasarnya teman akan memengaruhi dalam pembelian barang. Sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut, nantinya akan memberikan dampak pada kehidupan mereka dimasa mendatang.

### **3. Tinjauan ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020- 2021**

Manusia Sebagai makhluk ekonomi yang tidak pernah terlepas dari konsumsi, konsumsi yang berkaitan dengan kebutuhan maupun keinginan, tidak bisa dipungkiri bahwasanya kebutuhan hidup semakin meningkat seiring bertambahnya usia dan perkembangan kehidupan moderen. Semula kebutuhan primer yang menuntut untuk segera dipenuhi, kini berkembang menjadi kebutuhan sekunder dan juga tersier. Ditambah lagi dengan faktor pendukung berupa kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Sehingga mendorong munculnya gaya hidup baru untuk membangun identitas dihadapan lingkungan sosialnya. Berupa perubahan perilaku konsumsi yang semakin tinggi dan beragam.

Adapun gaya hidup dilingkungan mahasiswi membuat mahasiswi tidak dapat mengendalikan pola hidup yang tidak terbatas seperti halnya cara berpakaian, gaya hidup yang kelihatan mewah dan perubahan perilaku konsumsinya. Konsumsi islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan juga memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif bukan kepada yang diinginkan tetapi yang dibutuhkan. 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 sedangkan keinginan dapat dijadikan standar kepuasan

bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya.<sup>19</sup> Maraknya perkembangan model *trend fashion* zaman sekarang memberi dampak yang sangat besar kepada perilaku mahasiswi karena mahasiswi selalu ingin berpenampilan menarik dan ingin menunjukkan eksistensi dirinya sehingga mahasiswi lebih cenderung memenuhi kebutuhan sekundernya dapat dilihat dari penjelasan diatas bahwa mahasiswi berperilaku konsumtif pada trend masa kini sebagian kecil mahasiswi tidak berperilaku konsumtif karena sebagian dari mereka lebih mementingkan apa yang dibutuhkan bukan apa yang diinginkan. Islam adalah agama yang mengajari manusia untuk melakukan kebaikan dan berbuat adil. Prinsip inilah yang diterapkan islam dalam hal ekonomi.



---

<sup>19</sup> 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