

KONSUMSI JILBAB DIKALANGAN MAHASISWI FEBI IAIN

PONOROGO

(Studi Analisis Perilaku Konsumsi)

SKRIPSI



Oleh:

AMIN ULFAH MAGH FIROH

NIM. 210717005

Pembimbing:

Unun Roudlotul Janah, M. Ag.

NIP. 197507162005012004

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2021

Abstrak

Magh Firoh, Amin Ulfah. Konsumsi Jilbab Dikalangan Mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo (Studi Analisis Perilaku Konsumsi). *Skripsi*. 2021. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Unun Roudlotul Janah, M. Ag.

Kata kunci: Konsumsi jilbab, ekonomi Islam.

Konsumsi merupakan semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pola konsumsi yang bersifat tak terbatas seperti mencari kepuasan dan memenuhi keinginan yang bersifat sementara sehingga menjadikan tindakan konsumsi yang dilakukan menjadi berlebihan. Mahasiswi pada saat ini sangat sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Dengan adanya keberagaman dalam model busana menjadikan pola konsumsi mahasiswi semakin meningkat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo? (2) Bagaimana faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo? (3) Bagaimana dampak perilaku konsumtif mahasiswi bagi kehidupan sehari-hari?

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo muncul adanya kesenjangan antara praktik yang terjadi dengan teori yang ada sehingga menimbulkan konsumsi jilbab berlebihan. Konsumsi jilbab yang berlebihan dapat menimbulkan sifat *israf*. *Israf* merupakan penggunaan harta secara berlebihan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi adanya konsumsi adalah faktor internal dan eksternal diantaranya diri sendiri, teman bermain dan lingkungan sekitar. Teman bermain akan mempengaruhi mahasiswi untuk mengikuti ajakan membeli jilbab walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan. Sedangkan lingkungan sekitar mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif karena lingkungan rumah atau keluarga dan lingkungan masyarakat yang mendukung mahasiswi untuk mengisi waktu luang. Dampak dari perilaku konsumtif mahasiswi yaitu menimbulkan kehidupan yang tidak sehat seperti boros, mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang serta dapat menimbulkan kecemburuan sosial.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Amin Ulfah Magh Firoh	210717005	Ekonomi Syariah	KONSUMSI JILBAB DIKALANGAN MAHASISWI FEBI IAIN PONOROGO (Studi Analisis Perilaku Konsumsi)

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 25 Maret 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag, M. E. I.

NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Unun Roudlotul Janah, M. Ag.

NIP. 197507162005012004

PONOROGO



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : KONSUMSI JILBAB DIKALANGAN MAHASISWI FEBI
IAIN PONOROGO (Studi Analisis Perilaku Konsumsi)
Nama : Amin Ulfah Magh Firoh
NIM : 210717005
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M. Ag.

NIP. 197207142000031005

Penguji I :

Iza Hanifuddin, Ph. D.

NIP. 196906241998031002

Penguji II :

Unun Roudlotul Janah, M. Ag.

NIP. 197507162005012004

Ponorogo, 16 April 2021

Mengesahkan

Dekan FEB IAIN Ponorogo

(Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M. Ag.)

NIP. 197207142000031005

PONOROGO

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amin Ulfah Magh Firoh
NIM : 210717005
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Konsumsi Jilbab Dikalangan Mahasiswi FEBI IAIN
Ponorogo (Studi Analisis Perilaku Konsumsi)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun ini dari keseluruhan penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 15 April 2021

Yang Membuat Pernyataan



Amin Ulfah Magh Firoh

NIM. 210717005


P O N O R O G O

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amin Ulfah Magh Firoh
NIM : 210717005
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

KONSUMSI JILBAB DIKALANGAN MAHASISWI FEBI IAIN PONOROGO
(Studi Analisis Perilaku Konsumsi)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri. Kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 25 Maret 2021

Pembuat Pernyataan,



Amin Ulfah Magh Firoh

NIM: 210717005

PONOROGO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi merupakan semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.¹ Pada zaman modern seperti saat ini tindakan konsumsi yang dilakukan setiap hari bukan hanya untuk mencukupi kebutuhan namun juga untuk memenuhi keinginan yang tak terbatas dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial.

Pola konsumsi yang bersifat tak terbatas seperti mencari kepuasan dan memenuhi keinginan yang bersifat sementara sehingga menjadikan tindakan konsumsi yang dilakukan menjadi berlebihan. Apabila diperhatikan belanja seseorang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stress. Selain itu memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan *trend* dan model baru untuk menemukan barang yang bernilai bagi dirinya.²

Gaya berbusana seseorang yang bersifat sementara dan tidak pernah cukup menjadikan pola konsumsi semakin meningkat menyesuaikan dengan pola hidupnya. Seiring dengan perkembangan model busana seseorang ingin memaksimalkan tampilannya untuk lebih modis dan berbeda dan pada

¹ Michael James, *Pembangunan Ekonomi Didunia Ketiga* (Jakarta: Ghalia, 2001), 49.

² Lydia David, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran". *Jurnal E-Biomedik* (EBM), Vol. 3, No. 1, (Jauari-April 2015), 43.

akhirnya mereka semakin kecanduan berbagai model busana terbaru, lantas selalu berusaha dan mengupayakan untuk membelinya.³

Dengan semakin meningkatnya pola konsumsi masyarakat semakin meningkat pula gaya busana sehingga menjadikan model busana di Indonesia semakin banyak dan beragam. Dengan adanya keberagaman dalam model busana menjadikan pola konsumsi mahasiswa juga meningkat, seperti konsumsi jilbab. Mahasiswa sering membeli jilbab yang seharusnya uangnya bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok yang lain. Konsumsi mahasiswa yang tidak stabil dan berlebihan dikarenakan mahasiswa mudah terpengaruh dan terbujuk rayuan iklan, promosi sosial media dan ajakan teman dalam memilih dan membeli jilbab.

Toko-toko online maupun offline juga gencar menawarkan produk-produk terbaru jilbab. Mereka saling berlomba mencari pelanggan dengan bersaing mengeluarkan berbagai motif yang dapat dipilih mahasiswa dengan sistem siapa cepat dia dapat. Sistem siapa cepat dia dapat inilah yang menjadi beban bagi pembeli karena si pembeli harus cepat melunasi sesuai batas waktu yang disepakati jika ia telah memesan barang tersebut karena jika tidak maka barang tersebut akan dijual kepada yang lain karena si pembeli dianggap tidak serius untuk membeli. Hal inilah yang menjadikan mahasiswa atau konsumen terkadang “mengada-adakan” uang karena atau mungkin mengurangi uang jajan bahkan berhutang hanya karena ingin membeli sebuah produk yang sebenarnya tidak ia butuhkan. Iklan terus menerus mempengaruhi mahasiswa

³ Devi Anindita, “Konsumsi Pada Tanda Fashion Hijab”, *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 3 (1, 2014), 1.

dengan produk-produk yang nantinya akan menjadi *trend* baru. Mahasiswi pada saat ini sangat sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Jika keinginan tidak dapat terkontrol, maka akan menyebabkan munculnya gaya hidup yang tidak sehat atau boros. Contohnya seseorang yang telah memiliki jilbab dengan beraneka warna. Pastinya secara rasional seseorang tersebut tidak perlu membeli jilbab lagi atau dengan kata lain ia tidak membutuhkannya. Tetapi apa yang terjadi, perilaku konsumen secara irasional muncul yaitu ketika terdapat jenis jilbab baru mahasiswi tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli. Mereka akan berusaha mengeluarkan uang yang dimiliki hanya untuk memuaskan hasratnya.

Mahasiswi cenderung mempunyai jiwa yang labil dibanding mahasiswa laki-laki serta merupakan kelompok yang relative lebih mudah dipengaruhi oleh budaya dan *trend* yang sedang berlangsung. Kehadiran model busana merupakan jawaban terhadap kebutuhan mahasiswi dalam berbusana dan berjilbab yang menginginkan tampil tertutup tetapi tetap terlihat modis.⁴ Jilbab pada zaman modern saat ini tidak hanya dipandang sebagai pakaian serba tertutup yang terkesan tradisional dan kuno, namun jilbab saat ini sudah memiliki varian model yang menarik sehingga membuat mahasiswi semakin tertarik ingin memiliki model jilbab tersebut agar tidak ketinggalan zaman.

Dalam agama Islam jilbab diwajibkan dipakai bagi kaum wanita seperti firman Alloh SWT dalam QS. An-Nur ayat 31:

⁴ Galuh Endang Pergiawati, "Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Berjilbab Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman", *Jurnal Psikoborneo*, 4 (2016), 494.

Artinya: “Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung”.⁵

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Tujuan konsumsi dalam Islam untuk memaksimalkan kepuasan (*utility*) dan seorang konsumen harus mempertimbangkan manfaat atau berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya.⁶ Sehingga konsumsi dalam Islam yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan dari segi *utility* atau manfaat bukan dari segi keinginan.

Para konsumen muslim seringkali menempatkan kebutuhan *hajiyyat* sebagai *dharuriyyat*, *tahsiniyyat* sebagai *hajiyyat*, bahkan *tahsiniyyat* sebagai *dharuriyyat*. Seperti halnya yang terjadi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang merupakan salah satu fakultas pada mahasiswi IAIN Ponorogo

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, (Solo: Qomari Prima Publisher, 2007), 493.

⁶ Indarti, *et.al.*, “Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Kosmetika Dalam Keputusan Pembelian Produk Pemutih Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Wacana*, 13 (10, 2010), 607.

yang memiliki tiga jurusan yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah serta Manajemen Zakat dan Waqaf. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang beralamat di Kampus II IAIN Ponorogo Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Kec Jenangan Kab Ponorogo memiliki 2311 mahasiswi.⁷ Sebagai mahasiswi yang sebagian besar masih bergantung kepada orang tua, seharusnya perilaku konsumsi jilbab mahasiswi hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti jilbab untuk kuliah atau jilbab untuk kegiatan organisasi.⁸ Penulis melaksanakan survey awal kepada dua puluh mahasiswi, beberapa mahasiswi menyatakan bahwa membeli jilbab karena *story* instagram yang mempromosikan jilbab dengan warna-warna bagus, corak yang kekinian dengan model yang setiap minggunya baru dan berganti. Keinginan membeli jilbab selalu muncul karena ingin memiliki model baru yang berbeda dan untuk koleksi guna *mix and match* dengan baju ataupun *outfit* lainnya.⁹

Sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, para mahasiswi diajarkan tentang konsep konsumsi secara Islam pada bangku perkuliahan yaitu pada mata kuliah dasar-dasar ekonomi maupun ekonomi mikro makro. Selain itu sebagian dari mahasiswi adalah berstatus santriwati yang juga mengkaji tentang konsumsi secara Islam lebih menyeluruh dan mendalam. Berdasarkan pemaparan dari salah satu santriwati bahwa dalam proses pembelajaran di pondok pesantren pastinya lebih menyeluruh dan rinci tentang bagaimana konsumsi yang baik dan benar, namun keinginan dari

⁷ Mudhofar, *Wawancara*, 22 Februari 2021

⁸ Lia Eka, *Wawancara*, 3 Oktober 2020

⁹ Nafiah, *Wawancara*, 1 Oktober 2020.

santriwati akan konsumsi tidak bisa ditahan, ditambah lagi dengan adanya banyak teman disekitarnya yang sangat mempengaruhi dalam berbelanja ataupun konsumsi suatu produk.¹⁰ Seharusnya mahasiswi dalam mengkonsumsi suatu produk harus memahami tujuan dalam konsumsi yang sesungguhnya yaitu konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah.¹¹

Selain itu terdapat pendapat mahasiswi lain bahwa membeli jilbab mengikuti model yang saat ini yaitu jilbab syar'i karena jilbabnya yang dulu jilbab pendek dan kurang menutupi badannya.¹² Serta konsumsi jilbab karena ajakan teman untuk membeli jilbab yang sama dan seragam.¹³ Terdapat pendapat dari salah satu mahasiswi, membeli jilbab karena kebutuhan yang mengharuskannya memakai jilbab dengan alasan mahasiswa tersebut alumni dari SMA yang awalnya bersekolah tidak memakai jilbab dan sekarang di perguruan tinggi diwajibkan untuk memakai jilbab¹⁴.

Gaya hidup mahasiswi bisa dilihat dari apa yang mereka pakai, kebiasaan, dan lain-lain. Dalam memilih barang yang akan dikonsumsi, mahasiswi seringkali melakukan pembelian jilbab berdasarkan model yang sedang berkembang. Penilaian bahwa membeli jilbab karena mengikuti model akan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial sehingga menimbulkan rasa

¹⁰ Alfiani, *Wawancara*, 15 Maret 2021.

¹¹ Aisa Manilet, "Kedudukan Masalah dan Utility Dalam Konsumsi (Masalah Versus Utility)", *Jurnal Tahkim*, Vol. 11, No. 1, (Juni 2015), 98.

¹² Diana, *Wawancara*, 2 Oktober 2020.

¹³ Yesi, *Wawancara*, 3 Oktober 2020.

¹⁴ Siti, *Wawancara*, 5 Januari 2021.

percaya diri yang tinggi. Selain itu, apabila jilbab tersebut terlihat menarik maka motivasi mahasiswi untuk membeli jilbab akan semakin besar, pada akhirnya pola konsumsi tersebut akan mengarah pada pola konsumsi yang tidak moderat yang bersifat irasional. Pandangan kehidupan seperti ini sangat berbeda dengan konsep nilai Islam. Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat (wajar), tidak berlebihan dan tidak juga keterlaluan, lebih lanjut Al Qur'an juga melarang terjadinya perbuatan *mubadzir* (menghamburkan harta tanpa guna). Dalam batasan *mubadzir* sendiri, manusia dilarang membelanjakan harta yang dapat menimbulkan kerusakan pada tubuh seperti minuman keras atau narkoba, dan juga membelanjakan harta bukan untuk kebutuhan, tetapi hanya mengikuti hawa nafsu. *Mubadzir* dapat diartikan mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni hal-hal yang melanggar hukum.¹⁵

Sehubungan dengan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mengangkat masalah ini sebagai topik di dalam penulisan skripsi yang diberi judul **“Konsumsi Jilbab Dikalangan Mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo (Studi Analisis Perilaku Konsumsi)”**.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah sangat penting dalam penelitian agar batasan masalah jelas sehingga dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

¹⁵ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Cetakan I, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), 165.

1. Bagaimana perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo?
2. Bagaimana faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo?
3. Bagaimana dampak perilaku konsumtif mahasiswi bagi kehidupan sehari-hari?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak dari perilaku konsumtif mahasiswi bagi kehidupan sehari-hari?

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka penelitian ini juga mempunyai manfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat tersebut diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk mengembangkan teori dan khasanah keilmuan dibidang perilaku konsumen terutama dalam hal konsumsi Islam dan dapat di jadikan sebagai rujukan dan referensi bagi

mahasiswa ekonomi dan bisnis islam selanjutnya apabila ingin meneliti permasalahan pola konsumsi dengan kasus yang berbeda.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dilakukan guna memperdalam dan menerapkan teori yang didapatkan selama studi tentang konsumsi islam khususnya faktor yang memengaruhi konsumsi jilbab dalam perspektif ekonomi islam.

b. Bagi IAIN Ponorogo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbendaharaan literatur yang melengkapi koreksi di perpustakaan IAIN Ponorogo, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I yaitu pendahuluan, pada bagian ini berisi tentang judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang teori perilaku konsumen dan teori konsumsi dalam islam. Bab ini membahas serangkaian teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan-permasalahan dalam penelitian. Pembahasan ini meliputi: pengertian perilaku konsumen, jenis perilaku konsumsi, pengertian konsumsi, faktor yang mempengaruhi pola konsumsi, batasan konsumsi dalam Islam, tujuan konsumsi dalam Islam dan etika konsumsi dalam Islam,.

Bab III metode penelitian. Bab ini membahas metode penelitian yang dipilih penulis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Hal-hal yang diperlukan dalam bab ini adalah penjelasan tentang jenis, data dan teknik penelitian, pada bagian ini terkait, jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

Bab IV yaitu paparan data dan analisa. Pada bab ini akan memaparkan data yang diperoleh peneliti kemudian dianalisis berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya. Bab ini berisi tentang data profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, data tentang bagaimana perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo serta data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Kemudian peneliti melakukan analisis berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya

Bab V ini merupakan penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan diberikan sebagai jawaban dari rumusan masalah, sedangkan saran diberikan sebagai bahan masukan untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam agar lebih memperhatikan cara konsumsi yang sesuai dengan perspektif Islam.

Bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup.

BAB II

KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

A. *Background Teori*

1. Philip Kotler

Philip Kotler lahir 27 Mei 1931 adalah seorang penulis pemasaran, konsultan, dan profesor Amerika, Profesor Terhormat Pemasaran Internasional SC Johnson & Son di Sekolah Manajemen Kellogg di Universitas Northwestern (1962-2018). Dia memberi definisi bauran pemasaran. Dia adalah penulis lebih dari 80 buku, termasuk Manajemen Pemasaran, Prinsip Pemasaran, Kotler tentang Pemasaran, Wawasan Pemasaran dari A hingga Z, Pemasaran 4.0, Tempat Pemasaran, Pemasaran Bangsa, Chaotics, Pasarkan Jalan Anda Menuju Pertumbuhan, Memenangkan Pasar Global, Pemasaran Strategis untuk Organisasi Perawatan Kesehatan, Pemasaran Sosial, Pemasaran Media Sosial, Petualangan Saya dalam Pemasaran, Naik dan Keluar dari Kemiskinan, dan Kemenangan dalam Inovasi. Kotler menggambarkan pemasaran strategis sebagai "penghubung antara kebutuhan masyarakat dan pola respons industrinya".

Kotler membantu menciptakan bidang pemasaran sosial yang berfokus pada membantu individu dan kelompok mengubah perilaku mereka menuju gaya hidup yang lebih sehat dan lebih aman. Dia juga menciptakan konsep "*demarketing*" untuk membantu tugas mengurangi tingkat permintaan. Dia juga mengembangkan konsep "*prosumers*",

"*atmospherics*", dan "*societal marketing*." Dia dianggap sebagai, "Bapak Pemasaran Modern" oleh banyak sarjana.¹⁶

2. Teori perilaku konsumen

*Consumer behavior is a study of how individuals group and organization select, buy, use and dispose of goods, services, ideas or experiences to satisfy their needs and wants.*¹⁷ Perilaku Konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku Konsumen di pengaruhi oleh empat faktor, yaitu: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.¹⁸

3. Sejarah teori perilaku konsumen

Pada awal tahun 1940-50an, aliran klasik menekankan bahwa ilmu pemasaran semata-mata dikatakan berkualitas saat didasarkan pada pendekatan-pendekatan studi kasus. Sekalipun demikian, banyak kritikan yang mengatakan bahwa ilmu pemasaran kurang dapat dipercaya dari sisi metodologi ilmiah. Hal ini terjadi dikarenakan gagalnya ilmu pemasaran mengadopsi metode-metode penelitian ilmiah yang berorientasi pada

¹⁶ https://en.wikipedia.org/wiki/Philip_Kotler Diakses Pada Tanggal 15 April 2021 Pukul 07.00.

¹⁷ Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online* (Yogyakarta: Andi, 2018), 2.

¹⁸ Indah Haryani, Jhon Herwanto, "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi", *Jurnal Psikologi*, 1 (Juni 2015), 5-6.

perilaku yang dapat diukur secara sistematis. Berangkat dari persoalan tersebut maka ilmu pemasaran mulai menjadi bersifat interdisipliner dengan mengadopsi pandangan para ahli perilaku konsumen.

Sejak tahun 1950 ilmu pemasaran mulai bergeser jauh dari ilmu ekonomi dan menjadi disiplin ilmu baru yaitu ilmu perilaku termasuk di antaranya psikologi, antropologi dan psikologi klinis. Berdasarkan kejadian tersebut, maka muncullah disiplin ilmu baru dalam ilmu pemasaran, termasuk diantaranya gagasan-gagasan mengenai kepemimpinan opini, kelompok referensi dan loyalitas merek. Selain itu, segmentasi pasar mulai populer dalam ilmu pemasaran, khususnya segmentasi konsumen dengan didasarkan pada faktor demografi. Kemudian, dari sisi perilaku konsumen dianggap sebagai subdisiplin dalam ilmu pemasaran.¹⁹

4. Alasan penggunaan teori Philip Kotler

Teori perilaku konsumen Philip Kotler mampu membantu peneliti untuk menyelesaikan masalah penelitian dengan mengacu pada teori dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Dengan menggunakan teori tersebut peneliti dapat mempertajam dan memperjelas ruang lingkup penelitian, membantu peneliti untuk mengintegrasikan data temuan serta menghindari adanya duplikasi penelitian.

¹⁹ Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online* (Yogyakarta: Andi, 2018), 8.

B. Deskripsi Teori

1. Definisi Teori

Menurut Swasta dan Handoko perilaku konsumen merupakan kegiatan yang dilakukan langsung untuk memilih dan mendapatkan barang maupun jasa.²⁰ Selanjutnya menurut Loudon dan Bitta perilaku konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan individu untuk mengevaluasi, menggunakan dan mengatur barang dan jasa.²¹ Menurut Engel, Blackwell dan Miniard perilaku konsumen yaitu aktivitas secara langsung terlibat dalam memperoleh, mengkonsumsi dan membuang produk dan layanan termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.²² Sementara menurut Kotler dan Armstrong mengartikan bahwa perilaku konsumen yaitu perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.²³ Kotler dan Keller juga menyatakan bahwa perilaku konsumen yaitu kajian bagaimana individu

²⁰ Rolyana Ferinia, Dkk, *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 147.

²¹ Loudon David & Albert J, Della Bitta, *Consumer Behavior* (New York: Me Graw Hill Book Company, 1998), 8.

²² Rolyana Ferinia, Dkk, *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 2.

²³ Kothler, Philip dan Gary Armstrong, *Principle Of Marketing* (New Jersey: Prentice Hall, 1997), 2.

memilih, menggunakan, membeli dan memanfaatkan barang-barang, jasa layanan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.²⁴

2. Konsep Teori

Consumer Behavior atau perilaku konsumen yaitu bagaimana manusia dalam memilih berbagai pilihan menggunakan sumber daya. Karakteristik perilaku ekonomi sesuai dengan tingkat keimanannya sebagai asumsi yaitu:

- 1) Ketika keimanan baik, motif konsumsi dan produksi didominasi oleh tiga motif utama yaitu masalah, kebutuhan dan kewajiban.
- 2) Ketika keimanan kurang baik, motif berkonsumsi dan berproduksi didominasi oleh ego, rasionalisme dan keinginan individualisme.
- 3) Ketika keimanan buruk, motif berkonsumsi didominasi oleh nilai individual yaitu rasionalisme dan keinginan.²⁵

Perilaku konsumen muslim yaitu suatu kegiatan seseorang atau kelompok dalam aktivitas membeli maupun memanfaatkan barang atau jasa, sesuai dengan ajaran Islam dan untuk kepentingan masyarakat. Ciri perilaku konsumen muslim yaitu:

- 1) Tingkat kepuasan seseorang tidak ditentukan oleh jumlah, namun ditentukan oleh kepentingan bersama.
- 2) Seorang muslim mengkonsumsi barang sesuai pemahaman bahwa kebutuhan manusia terbatas.
- 3) Seorang muslim tidak mengkonsumsi barang haram.

²⁴ Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online* (Yogyakarta: Andi, 2018), 2.

²⁵ Veitzal Rivai Zainal, dkk, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 254.

- 4) Seorang muslim tidak akan berbelanja secara berlebih.
- 5) Seorang muslim mencapai tingkat kepuasan dengan rasa syukur.²⁶

Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.²⁷ Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh semua orang, tujuan dari konsumsi adalah untuk memperoleh kepuasan (*utility*) setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.²⁸

Menurut Yusuf Qardhawi konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan kehidupan manusia yang aman dan sejahtera.²⁹ Menurut Abu Abdilah Muhammad Bin Al-Hasan Bin Farqad Al-Syaibani Konsumsi adalah apabila manusia telah merasa cukup dari apa yang dibutuhkan kemudian bergegas pada kebajikan, sehingga mencurahkan perhatiannya pada urusan akhiratnya adalah lebih baik bagi mereka. Dalam hal ini diartikan bahwa seorang

²⁶ Ibid., 257.

²⁷ Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga* (Jakarta: Ghalia, 2001), 49.

²⁸ Arif Pujiyono, "Teori Konsumsi", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 3 (Desember 2006), 196.

²⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Konsumsi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin (Gema Insani Press, 1997), 137.

muslim berkonsumsi dalam kondisi yang cukup, bukan kondisi memintaminta.³⁰

Dapat disimpulkan bahwa konsumsi adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam memanfaatkan, menggunakan, dan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya demi menjaga kelangsungan hidup.

Kebutuhan manusia dalam berkonsumsi memiliki tingkat kepentingan yang berbeda antara satu dengan lainnya. Terdapat prioritas tingkat kemanfaatan yang harus dipenuhi untuk mencapai kebaikan dunia dan akhirat. Jenis kebutuhan dalam ekonomi Islam yaitu:

1) Kebutuhan *Dharuriyat*

Kebutuhan *Dharuriyat* adalah kebutuhan yang harus dipenuhi jika tidak dipenuhi akan mengancam kehidupan manusia.

2) Kebutuhan *Hajiyat*

Kebutuhan *Hajiyat* adalah kebutuhan jika dipenuhi akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas bagi aktivitas manusia, jika kebutuhan ini tidak terpenuhi tidak akan membahayakan kualitas eksistensi manusia.

3) Kebutuhan *Tahsiniyat*

Kebutuhan *Tahsiniyat* adalah kebutuhan dimana jika dipenuhi akan meningkatkan kepuasan namun tidak menambah nilai pada aktivitas manusia.³¹

³⁰ Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 260-261.

3. Isi Teori

a. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen muslim yaitu suatu kegiatan seseorang atau kelompok dalam aktivitas membeli maupun memanfaatkan barang atau jasa, sesuai dengan ajaran Islam dan untuk kepentingan masyarakat. Ciri perilaku konsumen muslim yaitu:

- 1) Seorang muslim mengkonsumsi barang sesuai pemahaman bahwa kebutuhan manusia terbatas.
- 2) Tingkat kepuasan seseorang tidak ditentukan oleh jumlah, namun ditentukan oleh kepentingan bersama.
- 3) Seorang muslim tidak mengkonsumsi barang haram.
- 4) Seorang muslim tidak akan berbelanja secara berlebih.
- 5) Seorang muslim mencapai tingkat kepuasan dengan rasa syukur.³²

b. Faktor yang mempengaruhi konsumsi

Philip Kotler mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.³³

1) Faktor kebudayaan

³¹ M. B. Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 132.

³² *Ibid.*, 257.

³³ Indah Haryani, Jhon Herwanto, "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi", *Jurnal Psikologi*, 1 (Juni 2015), 5-6.

Faktor budaya merupakan segala nilai, pemikiran, simbol, yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang. Budaya memiliki lima dimensi yang diekspresikan dalam perilaku komunitasnya, yaitu:

- a) Dimensi Materialistik. Dimensi ini menentukan materi atau teknologi yang dibutuhkan seseorang untuk mengupayakan kehidupan.
- b) Dimensi institusi sosial. Adanya keguyuban dalam keluarga, adanya kelas sosial dan bagaimana orang menjadi konsumen yang baik, semua itu merupakan dimensi institusi sosial dan budayanya.
- c) Dimensi hubungan antara manusia dengan alam semesta. Termasuk dalam dimensi ini adalah sistem keyakinan, agama, dan nilai-nilai. Misalnya nilai-nilai pernikahan di negara barat beda dengan Negara timur.
- d) Dimensi estetik. Termasuk dalam dimensi ini adalah kesenian tulis dan bentuk (ukir atau pahat), kesenian rakyat, musik, drama dan tari.
- e) Bahasa. Termasuk di dalamnya adalah bahasa verbal dan non verbal, yang merupakan sarana yang efektif dalam komunikasi pemasaran.³⁴

2) Faktor sosial

³⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi V, Jilid I, (Jakarta: Erlangga, 1990), 180.

Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

a) Kelompok acuan

Kelompok referensi seseorang yang terdiri dari semua kelompok, yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.³⁵

b) Keluarga

Keluarga dalam budaya yang cenderung kolektif sangat menentukan perilaku, pilihan produk dan aktifitas pembelian. Dari keluarganya seorang anak belajar dan bersosialisasi untuk menjadi konsumen kelak di kemudian hari.³⁶

c) Peran dan status

Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Peran meliputi kegiatan

³⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta:Kencana, 2003), 11.

³⁶ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2002), 9.

yang dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.³⁷

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian.

a) Usia dan tahap siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berkonsumsi untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

c) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatannya,

³⁷Ibid., 10.

kestabilannya dan pola waktu), tabungan dan milik kekayaan, kemampuan meminjam serta sikapnya terhadap pengeluaran lawan menabung.

d) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.³⁸

e) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri manusia, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri dominasi, otonomi, perbedaan, kondisi sosial, dan kemampuan beradaptasi.³⁹

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap.

a) Motivasi

³⁸ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 53.

³⁹ Abdul Muntholip, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Kajian KeIslaman dan Pendidikan*, Vol.1, No.1, (April 2012), 42-43.

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.

b) Persepsi

Persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.⁴⁰

c) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Keyakinan berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan yang akan membentuk citra produk dan merek, konsumen akan bertindak sesuai citra tersebut. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli.

Dalam berkonsumsi, individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukai antara dua keadaan. Kita sering kali melihat perbedaan karakteristik manusia dalam berpikir, berkata dan bertindak. Karakter manusia A tidak sama persis dengan karakter manusia B dan belum tentu persis dengan karakter manusia C dan

⁴⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 179.

manusia D. Dalam mengenal konsumen kita perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai wujud dari seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Menganalisis perilaku konsumen akan lebih mendalam dan berhasil apa bila kita dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan. Kemampuan dalam menganalisis perilaku konsumen berarti keberhasilan dalam menyalami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itu, penulis mengukur pola konsumsi jilbab mahasiswi dengan menggunakan indikator faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler seperti yang telah dijelaskan diatas.

c. Dampak perilaku konsumtif

Kegiatan mengkonsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku konsumtif masyarakat. Perilaku konsumtif adalah perilaku manusia yang melakukan kegiatan konsumsi yang berlebihan. Perilaku konsumtif ini bila dilihat dari sisi positif dan negative akan memberikan dampak sebagai berikut:

1) Dampak positif

- a) Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
- b) Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan, karena konsumen akan berusaha menambah

penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.

- c) Menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat

2) Dampak negatif

- a) Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
- b) Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung.
- c) Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang. perilaku konsumtif memang merugikan untuk diri kita namun ada sisi

positif juga untuk orang lain, jadi menurut saya berperilaku konsumtif itu harus sesuai dengan keperluan dan kebutuhan.⁴¹

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan telaah literatur atau kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan topik dan masalah penelitian. Maka peneliti temukan beberapa kajian diantaranya:

Pertama Skripsi yang ditulis oleh Ummi Hani tahun 2017 yang berjudul “Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan).” Masalah yang diangkat yaitu bagaimana teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional, bagaimana perbandingan antara masalah dalam teori konsumsi ekonomi Islam dan *utility* dan teori konsumsi ekonomi konvensional, bagaimana persamaan dan perbedaan teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Hasil penelitian tersebut adalah pada zaman sekarang masyarakat cenderung lebih banyak menghabiskan daripada menghasilkan dengan kata lain lebih konsumtif, hal ini dikarenakan keinginan serta kebutuhan yang tidak dapat dibedakan dan yang mana lebih didahulukan, akibat dari lebih seringnya menghabiskan maka mengakibatkan “pemuhan kebutuhan serta keinginan meningkat sedangkan sumber daya alam yang semakin terbatas” ditambah dengan sumber daya manusia yang kurang

⁴¹Chandra Kurniawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 4 (Januari 2007), 113.

produktif, hal semacam ini yang akan mengakibatkan kerugian untuk masa depan kelak.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang konsumsi dalam perspektif Islam. Adapun perbedaannya penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu segi objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa dan lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.⁴²

Kedua Skripsi yang ditulis oleh Siti Nafi'ul Muthoharoh tahun 2017 yang berjudul "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-Siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja Kecamatan Ketahun." Masalah yang diangkat yaitu bagaimana perilaku konsumsi siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja di Kecamatan Ketahun, bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi siswasiswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja di Kecamatan Ketahun. Hasil penelitian tersebut adalah perilaku konsumsi yang dilakukan siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja tahun ajaran 2016/2017 dalam bidang busana lebih dominan keinginan mereka yang meniru *trend* dari siswa-siswi lainnya yang termotivasi ingin terlihat *modern* dan tidak ketinggalan zaman. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip

⁴² Umami Hani, "Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)". *Skripsi* (Parepare: STAIN Parepare, 2017), 81.

kesederhanaan, kemurahan hati, keadilan, dan amanah bahkan lebih cenderung kepada pemborosan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang konsumsi dalam perspektif islam. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu konsumsi jilbab, objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa dan lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.⁴³

Ketiga Skripsi yang ditulis oleh Rano Putra tahun 2017 yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syari’ah Dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak Dalam Mengikuti Trend Fashion (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam).” Masalah yang diangkat yaitu bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam dalam mengikuti *trend fashion* dan bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak dalam mengikuti *trend fashion* menurut perspektif teori konsumsi islam. Hasil penelitian tersebut adalah perilaku konsumsi mahasiswi FSEI belum sesuai dengan norma dan etika konsumsi Islam. Mereka tergolong ke dalam perilaku konsumtif. Islam sangat melarang orang-orang yang berlebihan (boros) dalam mengonsumsi dan menyukai orang yang hidup dalam

⁴³ Siti Nafi’ul Muthoharoh, “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-Siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja Kecamatan Ketahun,” *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017), 65.

kesederhanaan. Dalam mengonsumsi pakaian dan jilbab, mahasiswi FSEI biasanya lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya.⁴⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang konsumsi dalam perspektif Islam. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu tentang konsumsi jilbab.

Keempat Skripsi yang ditulis oleh Rina Hidayati tahun 2018 yang berjudul “Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Pembelian Sepeda Motor Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo).” Masalah yang diangkat yaitu bagaimana masyarakat terhadap motif masyarakat Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo dalam pembelian sepeda motor dan bagaimana etika dan prinsip konsumsi masyarakat Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo dalam pembelian sepeda motor. Hasil penelitian tersebut adalah motif masyarakat Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo dalam konsumsi pembelian motor sangatlah beragam. Sebagian besar, 70% dari informan dalam konsumsi pembelian sepeda motor yaitu untuk memenuhi kebutuhan tersier, karena mereka dalam konsumsi pembelian sepeda motor yaitu untuk memenuhi keinginan anak, gengsi, dan koleksi. Namun masih ada sebagian, 30% dari informan yang membeli sepeda motor untuk memenuhi kebutuhan primer, karena mereka dalam konsumsi pembelian sepeda motor benar-benar untuk kebutuhan berkendara sehari-hari. Perilaku konsumsi dalam pembelian

⁴⁴ Rano Saputro, “Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syari’ah Dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak Dalam Mengikuti Trend Fashion (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam),” *al masalah*, 13 (10, 2017), 264.

sepeda motor, masyarakat Desa Kori belum menerapkan etika dan prinsip konsumsi menurut hukum Islam, belum melakukan konsumsi yang seimbang dan juga belum menerapkan prinsip konsumsi tentang kesederhanaan.⁴⁵

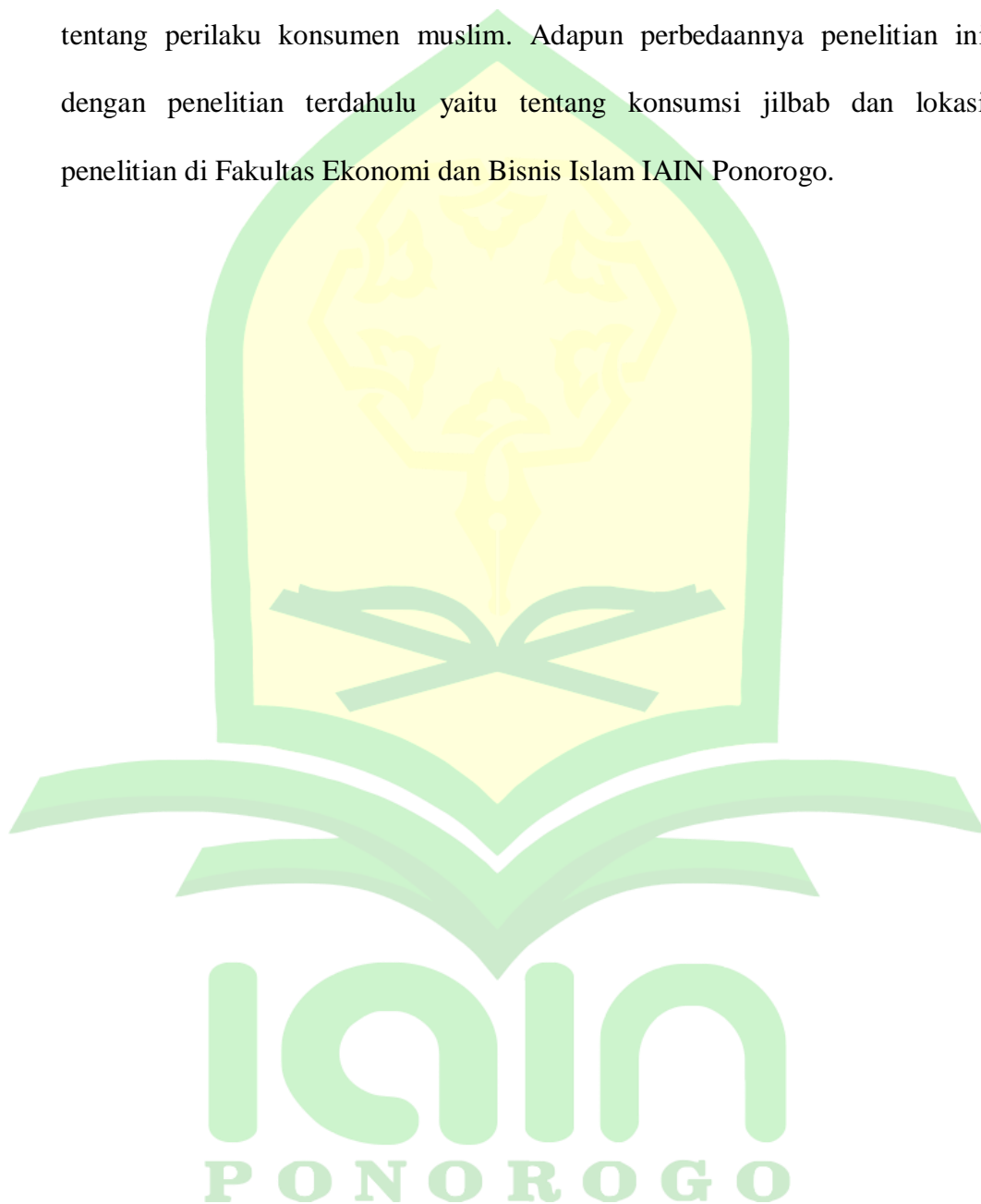
Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang perilaku konsumsi perspektif ekonomi Islam. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu tentang konsumsi jilbab.

Kelima Skripsi yang ditulis oleh Asep Saefuloh tahun 2019 yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di *Online Shop* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018).” Masalah yang diangkat yaitu bagaimana perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2014-2018 dalam hal belanja fashion di *online shop* dalam perspektif teori konsumsi Islam. Hasil penelitian tersebut adalah perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2014-2018 menyimpulkan bahwa penggunaan media *online shop* dianggap informatif, harga yang stabil, dan fleksibel. Sedangkan menurut teori konsumsi Islam perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

⁴⁵Rina Hidayati, “Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Pembelian Sepeda Motor Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo),” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 70.

masih dalam koridor wajar dan tidak melanggar prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam.⁴⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang perilaku konsumen muslim. Adapun perbedaannya penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu tentang konsumsi jilbab dan lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.



⁴⁶ Asep Saefuloh, “Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di *Online Shop* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018),” *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2019), 77.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam metode kualitatif ini penelitian dilakukan dengan penelitian lapangan (*field research*), yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁴⁷ Disini penulis melakukan penelitian lapangan mencari informasi sesuai dengan fakta di lapangan terkait dengan perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

B. Lokasi/ Tempat Penelitian

Suatu penelitian memerlukan tempat penelitian yang dijadikan objek untuk memperoleh data penelitian yang berguna untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Objek penelitian dalam skripsi ini mengambil lokasi di Kampus II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang beralamat di Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Kec Jenangan Ponorogo Telp 0352-461893. Hal ini dikarenakan penulis melihat adanya perilaku mahasiswi dalam pola konsumsi jilbab terdapat kesenjangan dengan yang dijelaskan dalam konsumsi perspektif ekonomi Islam yaitu konsumsi yang dilakukan

⁴⁷ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Cetakan II (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 80.

mahasiswi berlebihan dilihat dari *fashion style* dan menyebabkan persaingan antar mahasiswi untuk mendapatkan pengakuan lingkungan sosial. Sehingga nantinya dalam pemilihan lokasi ini, akan membantu peneliti dalam menemukan sumber data yang nyata dan relevan untuk penelitiannya.

C. Data dan Sumber Data

Data adalah informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data perilaku konsumsi jilbab dan faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Sumber data dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁸

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung dengan

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 224.

responden dan kegiatannya dilakukan secara lisan.⁴⁹ Pada penelitian ini penulis melaksanakan wawancara secara langsung kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo secara *offline* maupun *online*.

b. Observasi

Metode observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.⁵⁰ Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsung peristiwa, sehingga peneliti berada bersama objek yang diselidiki. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari tahu dan mengamati bagaimana konsumsi yang dilakukan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dalam berjilbab.

E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperpaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan kendala (reabilitas). Derajat kepercayaan keabsahan data (kredibilitas data) dan diadakan pengecekan dengan teknik pengamatan yang tekun, dan triangulasi.

a. Ketentuan pengamatan ini dilakukan dengan cara:

- 1) Mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci terhadap faktor-faktor yang menonjol yang ada hubungannya dengan konsumsi jilbab mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

⁴⁹ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Aneka Cipta, 2011), 39.

⁵⁰ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), 175.

- 2) Menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik, sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.
- b. Teknik triangulasi dapat dicapai penelitian dengan jalan:
- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
 - 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
 - 3) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

F. Teknik Pengolahan Data

Adapun pengolahan data yang digunakan oleh penulis adalah dengan cara sebagai berikut.⁵¹

- a. *Editing*, yakni memeriksa kembali semua data yang diperoleh terutama dari kelengkapan, keterbacaan, kejelasan makna, keselarasan antara satu dengan yang lain, relevansi dan keseragaman satuan/kelompok kata.
- b. Pengorganisasian data, yakni proses penyusunan kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam rangka paparan yang telah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.
- c. Analisis data, yaitu proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya dalam pola, tema dan kategori dengan teori-teori sehingga diperoleh kesimpulan sebagai pemecahan dari rumusan yang ada.

⁵¹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), 152-153.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan lain- lain, sehingga mudah untuk dipahami dan temuannya dapat informasikan kepada orang lain.⁵² Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara deskriptif analisis, yang menjelaskan permasalahan dengan memaparkan data yang diperoleh dari objek penelitian yang diteliti di lapangan.⁵³ Analisa yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisa data induktif. Analisa data induktif adalah proses berfikir dari fakta yang empiris yang didapat di lapangan (berupa data lapangan), yang kemudian data tersebut dianalisis, dan berakhir dengan kesimpulan terhadap permasalahan yang diteliti berdasarkan pada data yang diperoleh dari lapangan.

Dari penelitian ini, penulis akan menganalisis berdasarkan logika berfikir induktif yaitu dimulai dari pemaparan data dari rumusan masalah pertama mengenai perilaku konsumsi jilbab mahasiswi dan rumusan masalah yang kedua mengenai pemaparan faktor yang mempengaruhi kegiatan konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dalam Perspektif Ekonomi Islam. Kemudian dilanjutkan analisis data dengan menggunakan teori yang sesuai dengan penelitian yaitu teori konsumsi dalam Islam.

⁵² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 332.

⁵³ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 253.

BAB IV

DATA DAN ANALISA

A. Paparan Data

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo adalah Fakultas yang termuda di antara fakultas yang lainnya. Berdirinya fakultas ini tidak terlepas dari fakultas tertua yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo, karena pada awalnya merupakan bagian dari Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo yang sekarang berubah nama menjadi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Cikal bakal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Program Studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah yang menjadi bagian dari Jurusan Syariah.⁵⁴ Kedua prodi ini mendapatkan ijin pendirian tahun 2014 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam dengan SK No. 7062 tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2015 juga di buka Program Studi Zakat dan Wakaf dengan Surat Keputusan ijin pendirian dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam No. 4723 tahun 2015. Berpijak pada nomen katur program studi, akhirnya pada tahun 2017, Program Studi Zakat dan Wakaf berubah menjadi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan SKDirjen. No.

⁵⁴Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2018/2019, 2.

2084 tahun 2017. Momen pembukaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah bersamaan dengan adanya alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo yang ditandai dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 75 tahun 2016 pada tanggal 1 Agustus 2016. Nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut IAIN Ponorogo secara jelas tertuang dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 49 tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Ponorogo pada pasal 11. Dan selanjutnya juga diperkuat dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 59 tahun 2016 tentang Statuta IAIN Ponorogo.

Sebagai fakultas terbaru, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo terus melakukan upaya perbaikan dan pengembangan, khususnya dalam peningkatan mutu pendidikan dan sumber daya manusia, sehingga jumlah mahasiswa terus meningkat karena adanya animo yang positif dari masyarakat. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah melakukan berbagai upaya seperti peningkatan kapasitas dosen melalui workshop, pelatihan dan seminar, melanjutkan ke jenjang pendidikan S3, menyediakan fasilitas laboratorium untuk masing-masing jurusan, mendukung semua kegiatan mahasiswa terkait minat dan bakatnya, dan yang tak kalah pentingnya adalah akreditasi program studi atau jurusan, yang sampai dengan tahun 2021 ini Jurusan Ekonomi Syariah sudah terakreditasi B, Jurusan Perbankan

Syariah terakreditasi B dan MAZAWA terakreditasi B. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki mahasiswi yang cukup banyak yaitu 2311 orang, jumlah mahasiswi tersebut tidak kalah dari fakultas-fakultas yang lain dimana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan fakultas baru dan dalam proses pengembangan.⁵⁵

b. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

1) Visi

Menjadi prodi yang unggul dalam kajian dan pengembangan kewirausahaan dalam bidang ekonomi syariah.

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidangekonomi, bisnis syariah, dan pengelolaan lembaga keuangan syariah.

b) Menyelenggarakan praktikum bagi mahasiswa di Laboratorium Mini Bank dan Laboratorium Kewirausahaan.

c) Menyelenggarakan praktikum bagi mahasiswa di lembaga ekonomi dan bisnis syariah.

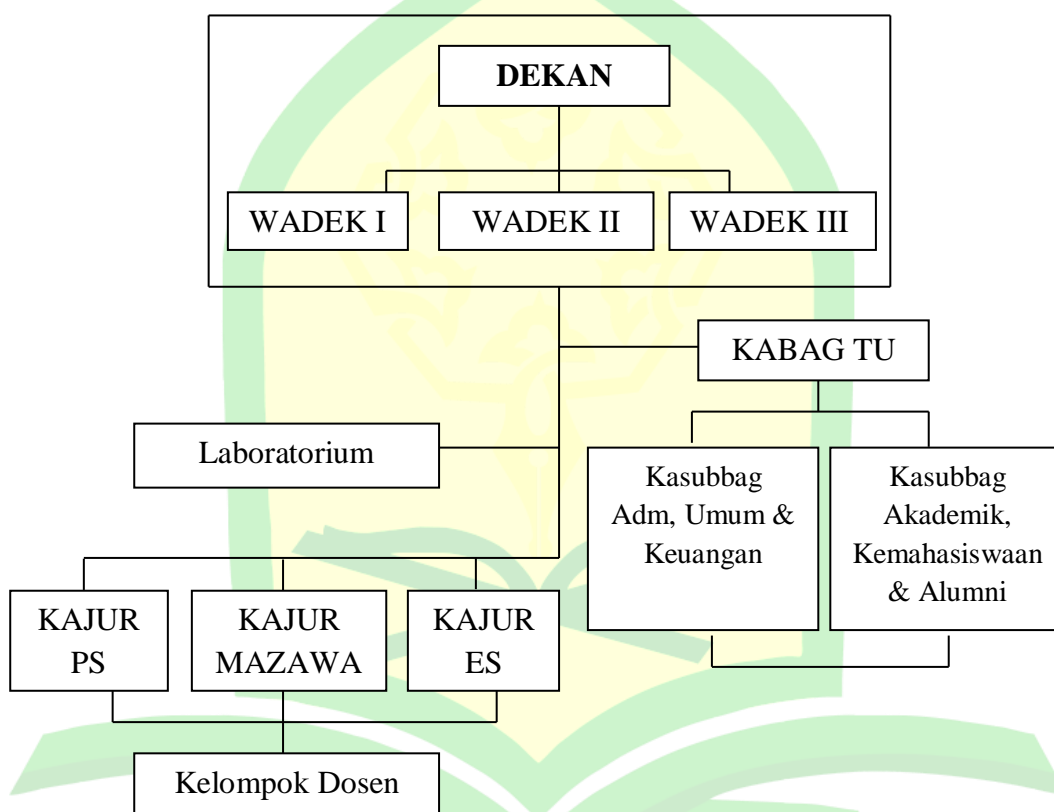
d) Mengembangkan penelitian masyarakat di bidang ekonomi, bisnis, dan kewirausahaan

⁵⁵ Mudhofar, *Wawancara*, 22 Februari 2021

c. Tujuan

Menghasilkan lulusan unggul dan intelektual, berakhlak mulia dan memiliki komitmen peran dalam sosial.⁵⁶

d. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Keterangan:

DEKAN	:	Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
WADEK I	:	Dr. Aji Damanuri, M. E. I.
WADEK II	:	Ely Masykuroh, M. S. I.
WADEK III	:	Ridho Rokamah, M. S. I.

⁵⁶Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo, 6.

KAJUR ES : Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag, M. E. I.

KAJUR PS : Agung Eko Purwana, M. S. I.

KAJUR MAZAWA : Unun Roudlotul Janah, M. Ag.

KABAG TU : Ibnu Tahdam Saifulloh, S. Ag.

Kasubbag Adm, Umum & Keuangan : Afri Trianawati, S. E.

Kasubbag Akademik, Kemahasiswaan & Alumni : Rouf Tamami, S. Sos

e. Profil Jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah & Manajemen

Zakat dan Waqaf

1) Profil jurusan Ekonomi Syariah

a) Visi jurusan Ekonomi Syariah

Sebagai pusat pengembangan ilmu dan profesi dalam bidang ekonomi syariah dalam bingkai etika bisnis.

b) Misi jurusan Ekonomi Syariah

Melaksanakan pengkajian dan pengembangan ilmu dan profesi dalam bidang ekonomi syariah serta penanaman kepekaan dan kepedulian sosial dalam kerangka rahmatan lil'alamin.

Ijin penyelenggaraan jurusan ekonomi syariah yaitu keputusan direktur jenderal pendidikan Islam nomor 7062 tahun 2014 tanggal 11 desember 2004. Status akreditasi jurusan ekonomi syariah yaitu terakreditasi BAN-PT dengan gelar akademik S. E.

2) Profil jurusan Perbankan Syariah

a) Visi jurusan Perbankan Syariah

Pusat kajian dan pengembangan perbankan syariah yang unggul di Jawa Timur.

b) Misi jurusan Perbankan Syariah

- (1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran yang professional dalam bidang perbankan syariah.
- (2) Menghasilkan penelitian yang actual dalam bidang perbankan syariah.
- (3) Melaksanakan pengabdian yang relevan dalam bidang perbankan syariah.
- (4) Melaksanakan kerjasama yang unggul dengan perguruan tinggi atau lembaga lain.

Ijin penyelenggaraan jurusan ekonomi syariah yaitu keputusan direktur jenderal pendidikan Islam nomor 7062 tahun 2014 tanggal 11 desember 2004. Status akreditasi jurusan ekonomi syariah yaitu terakreditasi BAN-PT dengan gelar akademik S. E.

3) Profil jurusan Manajemen Zakat dan Waqaf

a) Visi jurusan Manajemen Zakat dan Waqaf

Pusat kajian dan pengembangan hukum dan pengelolaan zakat dan waqaf yang unggul.

b) Misi jurusan Manajemen Zakat dan Waqaf

- (1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang muatan kurikulumnya sesuai dengan standar mutu kualitas nasional dengan mengedepankan pengembangan manajemen zakat dan

waqaf yang unggul dalam akuntabilitas kelembagaan.

- (2) Menyelenggarakan beragam penelitian lapangan dan literatur yang berkontribusi pada pengembangan dan aplikasi manajemen zakat dan waqaf yang mengedepankan akuntabilitas kelembagaan.
- (3) Melaksanakan pengabdian masyarakat sehingga dapat ikut peran aktif dalam pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat.
- (4) Melakukan kerjasama dalam pengembangan pendidikan, penelitian dan pengabdian dengan perguruan tinggi dalam dan luar negeri, BAZNAS, Badan Waqaf Nasional, LAZ, BAZ, DPS, BMT, serta perusahaan swasta maupun BUMN.⁵⁷

2. Perilaku Konsumsi Jilbab Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Perilaku konsumen atau lebih sering dikenal dengan *consumer behavior* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam memanfaatkan barang ataupun jasa untuk mencukupi kebutuhan dan memiliki manfaat demi kesejahteraan bersama. Perilaku konsumen yang sesuai dengan ekonomi islam yaitu dimana seseorang mengkonsumsi suatu barang secara rasional , yaitu memikirkan kebutuhan dan manfaat (*utility*). Namun konsumen pada zaman modern ada saat ini sering kali melakukan konsumsi secara irrasional yaitu dengan mengikuti *trend fashion*, untuk bergaya serta untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial.

⁵⁷ Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo, 36.

Kegiatan konsumsi tersebut tidak sesuai dengan konsep pada konsumsi secara Islam.

Dalam penelitian ini jumlah informan yang dipilih sebagai patokan menggunakan syarat kecukupan informasi, sehingga patokan peneliti menentukan jumlah informan bukan pada keterwakilan atau representasi namun bila kedalaman informasi telah cukup. Pada penelitian ini dengan 20 informan sudah cukup memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.

Penelitian ini ditulis berdasarkan keadaan atau fenomena banyak terjadi di masa sekarang ini terutama di kalangan mahasiswi terkait dengan problematika konsumsi yang difokuskan pada perilaku konsumsi jilbab mahasiswi. Dalam memecahkan masalah penulisan ini, maka penulis membutuhkan informan yaitu mahasiswi yang dinyatakan memenuhi kriteria dalam memberikan informasi dalam hal konsumsi jilbab. Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan oleh penulis dari data wawancara dan observasi lapangan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pendapatan mahasiswi

Seseorang dalam memenuhi kebutuhannya harus berusaha mendapatkan harta dengan berusaha dan bekerja. Seperti halnya dengan mahasiswi, tidak banyak dari mereka yang sudah memiliki pekerjaan untuk pemenuhan kebutuhan, melainkan mereka harus mendapatkan uang saku dari kedua orangtuanya. Terutama bagi mahasiswi yang kos dan jauh dari keluarga. Uang saku dari orang tua mahasiswi mendorong

perilaku konsumsi mahasiswi yang semakin tinggi. Mahasiswi yang memiliki *list* belanja setiap bulannya serta diikuti dengan perkembangan *fashion* menjadikan mahasiswi semakin konsumtif.

Menurut Siti Maisaroh, mengatakan bahwa:

“Saya itu dikasihnya uang saku per bulan Rp. 1.000.000,- mbak dan di berikan setiap awal bulan. Seumpama di pertengahan bulan uang saku saya habis untuk keperluan tertentu, orang tua saya sudah tidak akan memberikan lagi. Jadi saya harus mengatur uang saku saya supaya bisa cukup sampai akhir bulan. Pengeluaran saya yang pokok yaitu untuk makan karena saya anak kos Rp. 5.000,- dalam sekali makan, pembelian paket data Rp. 50.000,- setiap bulan, untuk kebutuhan di kos Rp. 100.000,- setiap minggu, dan lainnya seperti keluar bersama teman, belanja ataupun pembelian perlengkapan kuliah. Untuk pembelian jilbab setiap bulan saya pasti membeli jilbab walaupun itu dengan harga murah”⁵⁸

Seperti halnya menurut Nafiatun Sholekhah mahasiswi yang berasal dari Magetan mengatakan bahwa:

“Saya diberikan uang saku Rp. 400.000,- setiap bulannya. Untuk pengeluaran saya yaitu untuk membeli kebutuhan kos Rp. 30.000,- untuk biaya pulang pergi ke Magetan Rp. 20.000,- untuk belanja pakaian seperti jilbab atau baju biasanya saya membeli jilbab untuk disesuaikan dengan baju yang saya miliki, untuk uang yang saya gunakan buat beli jilbab tidak pasti ya minimal Rp. 20.000,-. Untuk makan saya sudah membawa bahan dari rumah, jadi dikos saya masak mbak. Kalau uang saku saya kurang di minggu ini saya berusaha untuk menghemat di minggu depannya sehingga bisa seimbang tanpa meminta ke orang tua saya lagi.”⁵⁹

Lain halnya, menurut Ulfa Yukhanita mahasiswi yang berasal dari Dolopo Madiun mengatakan bahwa:

“Saya mendapatkan uang saku Rp. 350.000,- setiap bulannya. Uang itu saya gunakan untuk membeli bensin ke kampus ataupun kegiatan dirumah, saat masih aktif kuliah satu minggu Rp. 30.000,- membeli skincare, untuk jalan bersama teman, belanja. Belanja saya

⁵⁸ Siti Maisaroh, *Wawancara*, 24 Ferbruari 2021.

⁵⁹ Nafiatun Sholekhah, *Wawancara*, 24 Ferbruari 2021.

lebih suka ke pakaian mbak maklum ya perempuan apalagi soal jilbab, minimal uang untuk membeli jilbab setiap bulan ya sekitar Rp. 30.000,-. Saat uang saku saya kurang saya meminta lagi ke orang tua dengan alasan yang jelas, kalau minta uang buat jalan-jalan atau belanja pasti tidak diberi”⁶⁰

Dari hasil wawancara di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar mahasiswi memiliki uang saku yang berbeda. Rata-rata pengeluaran uang saku mahasiswi minimal Rp. 350.000,-perbulannya. Hanya sebagian yang merasa cukup dengan uang yang diberikan orang tua. Seperti data di lapangan konsumsi mahasiswi mengarah pada pemenuhan kebutuhan pokok serta keinginan membeli jilbab yang terdapat dalam *list* belanja mahasiswi. Kebutuhan dan keinginan mahasiswi yang bervariasi menjadikan pengeluaran masing-masing mahasiswi bisa melebihi batas yang telah ditentukan oleh diri mereka sendiri.

b. Pekerjaan orang tua

Mayoritas perekonomian orang tua mahasiswi berada di tingkat menengah ke bawah, mereka memiliki pekerjaan dan mata pencaharian yang berbeda-beda mulai dari petani, pedagang, TKI dan lain sebagainya.

Seperti yang dinyatakan oleh mahasiswi yang bernama Rahayu Mei Wardani bahwa:

Pekerjaan bapak saya megolah lahan sendiri mbak, tanam jagung, padi, singkong bersama mamak saya. Penghasilan dari kedua orang tua juga tidak menentu, paling sekitar Rp. 1.000.000,- per bulan

⁶⁰ Ulfa Yukhanita, *Wawancara*, 26 Februari 2021.

nya.⁶¹

Hal serupa dikatakan oleh Riza Rosyida Khoiriyah mahasiswi dari Jambon. Riza menyatakan bahwa: “Orang tuaku petani mbak, di sawah, di kebun gitu setiap harinya. Aku gak begitu paham mbak berapa sebulannya, ya mungkin sekitar Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,- mbak.”⁶²

Begitu juga yang diceritakan oleh Eka Yasmin Nabella. Dia mengatakan bahwa: “Bapak sebagai Sopir disebuah toko, kalo penghasilan berapa ya sekitar Rp. 900.000,-.”⁶³

Sedangkan menurut Dian Ihsa Oktavianik, mengatakan bahwa: “Bapakku purna POLRI mbak, sebulan sekitar Rp. 4.000.000,- sampai Rp. 5.000.000,- penghasilannya.”⁶⁴

Berbeda lagi dengan yang diceritakan oleh Nisa Miftaql Rohmah dari Madiun. Nisa mengatakan bahwa: “Bapak saya TKI mbak sedangkan ibuk saya ibu rumah tangga, penghasilan bapak saya sekitar Rp. 7.000.000.”⁶⁵

Dari hasil wawancara kepada 20 mahasiswi, berikut tabel data

⁶¹ Rahayu Mei Wardani, *Wawancara*, 23 Ferbruari 2021.

⁶² Riza Rosyida Khoiriyah, *Wawancara*, 23 Ferbruari 2021.

⁶³ Eka yasmin nabella, *Wawancara*, 23 Ferbruari 2021.

⁶⁴ Dian Ihsa Oktavianik, *Wawancara*, 23 Ferbruari 2021.

⁶⁵ Nisa Miftaql Rohmah, *Wawancara*, 23 Ferbruari 2021.

pekerjaan dan penghasilan orang tua mahasiswa setiap bulannya.⁶⁶

Tabel 4.1

Data Pekerjaan dan Penghasilan Orang tua Setiap Bulan

(**<Rp. 1.000.000,-**)

Nama	Pekerjaan Orang tua	Penghasilan Per Bulan
Miftakhul Khoiriyah	Petani	Rp. 500.000,-
Aprilia Tri Wulandari	Pedagang	Rp. 500.000,-
Eka Yasmin Nabella	Swasta	Rp. 900.000,-
Nida Faizatul Mustofa	Swasta	Rp. 1.000.000,-
Rahayu Mei Wardani	Petani	Rp. 1.000.000,-
Etik Munawaroh	Petani	Rp. 1.000.000,-
Alfiani	Petani	Rp. 1.000.000,-
Riza Rosyida Khoiriyah	Petani	Rp. 1.000.000,-

Sumber: Data diolah tahun 2021.

Tabel 4.2

Data Pekerjaan dan Penghasilan Orang Tua Setiap Bulan

(**Rp. 1.500.000,-**)

Nama	Pekerjaan Orang tua	Penghasilan Per Bulan
Diana binti munawaroh	Petani Buruh	Rp. 1.500.000,-
Alfi Widiyanti	Petani	Rp. 1.500.000,-
Roudlotul Jannah	Petani	Rp. 1.500.000,-
Ulfa Yukhanita	Wiraswasta	Rp. 1.500.000,-
Siti Duriyatus Solehah	Swasta	Rp. 1.500.000,-

⁶⁶ Hasil Wawancara yang diperoleh dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Sumber: Data diolah tahun 2021.

Tabel 4.3
Data Pekerjaan dan Penghasilan Orang Tua Setiap Bulan
(>Rp. 2.000.000,-)

Nama	Pekerjaan Orang tua	Penghasilan Per Bulan
Siti Maisaroh	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000,-
Euis Puspita Dewi	Petani Dan Wirausaha	Rp. 2.500.000,-
Dian Ihsa Oktavianik	Purna POLRI	Rp. 5.000.000,-
Lia Ekasari	Pedagang	Rp. 3.000.000,-
Tiansi Evi Adetianingrum	Petani	Rp. 3.500.000,-
Ega Novita Sari	Wiraswasta	Rp. 2.000.000,-
Nisa Miftaql Rohmah	TKI	Rp. 7.000.000,-

Sumber: Data diolah tahun 2021.

Berdasarkan dari data lapangan yang telah diperoleh, dapat diambil kesimpulan bahwa pekerjaan dan penghasilan dari masing-masing orang tua mahasiswa berbeda-beda. Mayoritas pekerjaan orang tua dari mereka adalah seorang petani, namun beberapa orang tua ada yang memiliki pekerjaan di luar sebagai petani seperti pegawai swasta, purna POLRI, TKI, dan lain sebagainya.

c. Jumlah dana yang dihabiskan belanja jilbab

Dalam membeli jilbab mahasiswa memilih model maupun *brand* yang berbeda-beda. Terdapat banyak model jilbab dengan harga mulai dari yang murah sampai jilbab dengan harga yang tinggi dan memiliki *brand* ternama.

Seperti yang dinyatakan oleh mahasiswa yang bernama Tiansi Evi

Adetianingrum bahwa: “Sekali transaksi minimal Rp. 100.000,- mbak. Saya tidak setiap bulan membeli jilbab, tapi saya lebih suka membeli jilbab kayak Elzatta atau Zoya. Dipakai lebih nyaman dan puas.”⁶⁷

Begitu juga yang diceritakan oleh Lia Ekasari mahasiswi dari Sambit. Dia mengatakan bahwa: “Pengeluaran saya sekitar Rp. 100.000,- setiap transaksi. Jilbab yang saya beli agak mahal di bandingkan dengan jilbab lainnya karena jilbab syar’i lebih lebar dan membutuhkan banyak bahan.”⁶⁸

Sedangkan menurut Arum Tiara Putri, mengatakan bahwa:

Jilbab yang saya beli jilbab biasa saja, dengan uang Rp. 50.000,- saya sudah dapat dua jilbab. Soalnya saya suka mengkoleksi jilbab dengan berbagai warna sehingga mudah untuk disesuaikan dengan baju atau celana yang dipakai.⁶⁹

Berbeda lagi dengan yang diceritakan oleh Aprilia Tri Wulandari dari Kebonsari. April mengatakan bahwa:

Kadang waktu membeli jilbab itu tidak saya rencanakan awalnya mbak, saat jalan-jalan ke toko atau melihat di *online shop* saya tertarik dengan warnanya. Ya sudah akhirnya saya beli, tapi saya hanya membeli jilbab yang harganya murah seperti bella square itu yang harga Rp. 25.000,- jilbab yang saya beli itu juga belum tentu saya pakai. Ya itu tadi karena suka aja sama warnanya.⁷⁰

Dari hasil wawancara kepada 20 mahasiswi, berikut tabel data dana

⁶⁷ Tiansi Evi Adetianingrum, *Wawancara*, 27 Ferbruari 2021.

⁶⁸ Lia Ekasari, *Wawancara*, 27 Ferbruari 2021.

⁶⁹ Arum Tiara Putri, *Wawancara*, 27 Ferbruari 2021.

⁷⁰ Aprilia Tri Wulandari, *Wawancara*, 27 Ferbruari 2021.

yang dikeluarkan mahasiswi dalam setiap transaksi.⁷¹

Tabel 4.4

Data Dana Mahasiswi Untuk Belanja Jilbab Setiap Transaksi

No	Dana	Frekuensi	Persentase
1	≤ Rp. 15.000,- – Rp. 45.000,-	16	80%
2	Rp. 50.000,-	2	10%
3	Rp. 100.000,-	2	10%
Total		20	100%

Sumber: Data diolah tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.4 responden terbanyak jumlah dana yang dihabiskan setiap transaksi yaitu ≤ Rp. 15.000,- sampai Rp. 45.000,- dengan frekuensi 17 dan persentase 80%. Responden dengan kategori Rp. 50.000,- dengan frekuensi 2 dan persentase 10% dan responden dengan kategori Rp. 100.000,- dengan frekuensi 2 dan persentase 10%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam setiap transaksi jilbab mahasiswa harus mengeluarkan uang minimal Rp. 15.000,- dan mencapai Rp. 100.000,- dengan *Brand* jilbab yang berbeda-beda.

d. Jumlah jilbab yang dimiliki mahasiswi

Dengan banyaknya model dan bentuk jilbab yang semakin banyak membuat mahasiswa sering mengkoleksi jilbab dalam berbagai warna yang bagus dan menarik serta guna untuk disesuaikan dengan pakain

⁷¹Hasil Wawancara yang diperoleh dari mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

atau *outfit* setiap harinya. Keinginan mahasiswi untuk membeli jilbab secara terus menerus sesuai dengan moden dan *trend* menjadikan koleksi jilbab yang semakin banyak.

Seperti yang dinyatakan oleh mahasiswi yang bernama Ega Novita Sari bahwa: “Saya punya jilbab sekitaran 50. Modelnya ya pashmina ada, segi empat ada, bergo juga ada untuk saya pakai dirumah.”⁷²

Begitu juga yang diceritakan oleh Alfi Widiyanti. Dia mengatakan bahwa: “Jilbab saya ya sekitar 30 sekarang. Dulu jilbab saya banyak lalu saya berikan ke adik dan tetangga saya. Sekarang tinggal jilbab yang saya suka aja.”⁷³

Berbeda lagi dengan yang diceritakan oleh Rahayu Mei Wardani dari Trenggalek. Rahayu mengatakan bahwa: “Jilbab saya cuma sedikit ya sekitar 15. Soalnya saya suka pakai model sama warna itu-ituh saja. Kadang saya pakai juga jilbab mamak saya. Soalnya modelnya juga bagus-bagus.”⁷⁴

Dari hasil wawancara kepada 20 mahasiswi, berikut tabel data jumlah jilbab yang dimiliki mahasiswi.⁷⁵

⁷² Ega Novita Sari, *Wawancara*, 28 Februari 2021.

⁷³ Alfi Widiyanti, *Wawancara*, 28 Februari 2021.

⁷⁴ Rahayu Mei Wardani, *Wawancara*, 28 Februari 2021.

⁷⁵ Hasil Wawancara yang diperoleh dari mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Tabel 4.5
Data Jumlah Jilbab Mahasiswi

No	Jumlah	Frekuensi	Persentase
1	≤ 15	13	65%
2	30-50	4	20%
3	>50	3	15%
Total		20	100%

Sumber: Data diolah tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 informan dengan jumlah jilbab ≤ 15 dengan frekuensi 13 dan persentase 65%. Informan dengan kategori 30-50 jilbab dengan frekuensi 4 dan persentase 20% dan informan dengan kategori >50 dengan frekuensi 3 dan persentase 15%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa jilbab yang dimiliki mahasiswi minimal 15 sampai dengan >50 dengan berbagai model yang berbeda seperti pashmina, segi empat ataupun bergo.

e. Alasan pembelian jilbab oleh mahasiswi

Pada dasarnya fungsi jilbab bagi seorang muslim yaitu untuk menutup aurat, namun dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang semakin modern. Seseorang memfungsikan jilbab menjadikan sebagai gaya dalam berpakaian untuk menunjang rasa percaya diri serta mengikuti *trend* atau model yang sedang berlangsung.

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswi yang bernama Roudlotul Jannah. Dia menyatakan bahwa:

Memang betul mbak jilbab itu untuk menutup aurat yang paling

utama. Tapi ya kita sebagai perempuan khususnya saya sendiri saya suka mengikuti model jilbab, setiap ada model baru saya beli. Saya ingin terlihat menarik ataupun cantik. Kalau saya memakai jilbab yang itu-itu saja saya agak malu.⁷⁶

Berbeda dengan yang dikatakan oleh Tiansi Evi Adetianingrum dari

Jenangan. Evi mengatakan bahwa:

Ya saya sebagai perempuan muslim wajib menutup aurat, saya membeli jilbab juga seperlunya saja mbak. Jilbab saya juga tidak banyak namun saya lebih suka membeli jilbab seperti Elzatta, Zoya seperti itu.⁷⁷

Seperti yang dinyatakan oleh mahasiswi yang bernama Etik

Munawaroh bahwa:

Kalau ditanya soal menutup aurat sudah pasti fungsi utama jilbab itu mbak, tapi untuk saat ini saya suka sekali menyesuaikan pakaian saya dengan warna jilbab yang senada. Jadi saya sering membeli jilbab. Apalagi muncul warna-warna yang terbaru seperti saat ini warna lilac saya suka membeli pashmina, segi empat ataupun lainnya.⁷⁸

Dari hasil wawancara kepada 20 mahasiswi, berikut tabel data alasan pembelian jilbab oleh mahasiswi.⁷⁹

⁷⁶ Roudlotul Jannah, *Wawancara*, 25 Februari 2021.

⁷⁷ Tiansi Evi Adetianingrum, *Wawancara*, 25 Februari 2021.

⁷⁸ Etik munawaroh, *Wawancara*, 25 Februari 2021.

⁷⁹ Hasil Wawancara yang diperoleh dari mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Tabel 4.6
Data Alasan Pembelian Jilbab

No	Alasan	Frekuensi	Persentase
1	Menutup aurat	6	30%
2	Menutup aurat dan mengikuti <i>fashion</i>	14	70%
Total		20	100%

Sumber: Data diolah tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 informan dengan alasan membeli jilbab untuk menutup aurat saja dengan frekuensi 6 dan persentase 30%. Informan dengan dengan alasan membeli jilbab untuk menutup aurat dan mengikuti *fashion* yaitu frekuensi 14 dan persentase 70%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa alasan mahasiswi membeli jilbab yaitu yang utama untuk menutup aurat namun juga untuk mengikuti *trend fashion* yang semakin modern guna menyesuaikan dengan *outfit* yang dipakai.

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo masih mengedepankan fungsi utama jilbab yaitu menutup aurat namun terdapat pemikiran secara irasional dalam konsumsi jilbab oleh mahasiswa seperti untuk bergaya, mengikuti *trend fashion* serta untuk koleksi.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Jilbab Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Berdasarkan konsep dan teori yang dipilih penyebab konsumsi pada umumnya di karenakan ada faktor yang mempengaruhi, diantaranya karena faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari lingkungan luar lembaga, sedangkan faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri sendiri.

Berikut pola konsumsi jilbab mahasiswi setelah penulis melakukan wawancara dengan informan dalam melakukan kegiatan konsumsi dapat dilihat dari beberapa faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

a. Diri sendiri (motivasi)

Motivasi dari diri sendiri merupakan daya dorong yang muncul dari dalam diri seseorang yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu mahasiswi yaitu Arum Tiara Putri. Arum menyatakan bahwa: “Ya pasti mbak saya belanja karena keinginan kuat dari diri saya, soalnya saya orang yang gampang tergiur sama barang-barang yang lagi *booming*.”⁸⁰

Begitu juga pernyataan dari mahasiswi bernama Eka Yasmin Nabella : “Saya gampang tertarik lo mbak buat belanja itu, apalagi lagi

⁸⁰ Arum Tiara Putri, *Wawancara* 15 April 2021

pegang uang keinginan belanja kuat baget”.⁸¹

b. Teman bermain

Teman dalam kehidupan mahasiswi di lingkungan kampus merupakan seseorang yang dekat dengan mereka. Apapun yang dilakukan selain dengan keluarga dapat dilakukan dengan teman ketika di kampus seperti makan, berbelanja maupun saling curhat. Jadi, tidak menutup kemungkinan jika seorang teman dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan produknya.

Seperti penyebab konsumsi pada umumnya dikarenakan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari lingkungan luar lembaga, sedangkan faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri sendiri.

Seperti halnya yang dinyatakan salah satu mahasiswi yaitu Siti Maisaroh:

Biasanya kan jalan sama teman-teman terus mampir ke toko A ke toko B jadinya ya sudah ikut-ikutan juga beli jilbabnya. Tapi kalau untuk jilbab saya lebih suka berbelanja bukan karena merek mbak yang penting tetap menjaga penampilan dan mengikuti gaya masa kini seperti teman-teman yang lain terus atas pertimbangan harga juga tentunya.⁸²

Hal ini juga diceritakan oleh salah satu mahasiswi yaitu Alfiani yang mengatakan:

Ya saya anak pondok mbak, teman-teman pondok pasti jilbabnya banyak. Waktu teman saya pakai model yang baru pastinya saya juga pengen beli. Apalagi teman-teman pasti dukung banget kalo soal belanja. Udah ayo segera beli nanti modelnya cepet habis lo,

⁸¹ Eka Yasmin Nabella, *Wawancara*, 15 April 2021.

⁸² Siti Maisaroh, *Wawancara*, 20 Februari 2021.

warnanya nanti nggak lengkap lagi, ya sepeti itu mbak anak pondok, dibilang kompak ya kompak, soal belanjapun juga kompak banget apalagi soal belanja jilbab.⁸³

Pernyataan lain juga dikatakan oleh mahasiswi dari Babadan bernama Eka Yasmin Nabella:

Kalo beli jilbab itu saya lebih sering karena temen saya mbak, soalnya temen saya suka beli jilbab. Kalo udah deket sama temen pasti beli jilbab sama, beli baju sama ya apa-apa banyak yang sama. Kalo beli baju mungkin tidak sesering membeli jilbab ya mbak soalnya baju dananya agak besar. Beda kalo jilbab budget Rp. 20.000,- sudah dapat jilbab. Jadi ya saya banyak koleksi jilbab.⁸⁴

Mahasiswi lain yang bernama Euis Puspita Dewi juga mengatakan:

“Waktu teman beli jilbab di toko atau waktu jalan-jalan, saya juga ikut beli aja mbak. Padahal saya juga gak butuh banget. Tapi lihat teman-teman belanja jadi pengen ikut beli juga.”⁸⁵

Hal lain juga dikatakan oleh mahasiswi asal Ngawi yang bernama

Dian Ihsa Oktavianik:

Temenku suka banget mbak beli jilbab di shopee apalagi waktu promo gratis ongkir seperti promo 2.2 atau 3.3, terus potongannya agak besar juga. Ya sudah aku ikut-ikutan juga kadang nitip temenku kadang aku *checkout* sendiri. Ya buat koleksi harga agak murah yang penting jilbabnya banyak mbak.⁸⁶

c. Lingkungan sekitar

Lingkungan sekitar merupakan salah satu faktor yang tidak bisa terlepas dari kegiatan konsumsi. Baik dari lingkungan keluarga, tetangga maupun lingkungan sekitar lainnya. Semakin sering seseorang

⁸³ Alfiani, *Wawancara*, 20 Ferbruari 2021.

⁸⁴ Eka Yasmin Nabella, *Wawancara*, 20 Ferbruari 2021.

⁸⁵ Euis Puspita Dewi, *Wawancara*, 20 Ferbruari 2021.

⁸⁶ Dian Ihsa Oktavianik, *Wawancara*, 20 Ferbruari 2021.

di suatu lingkungan maka akan mengikuti keadaan lingkungan tersebut. Seperti mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Ponorogo, mereka memiliki tempat tinggal yang berbeda-beda tentunya dengan keadaan dan pola konsumsi yang berbeda.

Seperti halnya yang dijelaskan oleh mahasiswi asal Balong bernama Diana Binti Munawaroh: “Rumah saya deket sama toko pakaian mbak. Terus setiap minggu pasti *posting* jilbab model baru. Awalnya bisa tahan buat nggak beli, tapi kalo tetangga lain udah punya, ya begitu pasti ikutan beli.”⁸⁷

Hal serupa dijelaskan oleh Aprilia Tri Wulandari bahwa:

“Kakak saya mbak selalu saja punya model jilbab baru, warnanya juga bagus-bagus. Biasanya saja pinjam kakak saya tapi masa setiap hari saya pinjam. Ya akhirnya saya beli sendiri karena tokonya juga dekat dari rumah saya, dan sampai di toko biasanya apa yang saya beli tidak sesuai sama yang saya rencanakan. Dari rumah saya pengen beli satu jilbab, sampai di toko saya beli dua bahkan sampai empat jilbab sekaligus.”⁸⁸

Hal ini juga disampaikan mahasiswi yang bernama Siti Duriyatus Sholehah:

“Saya itu suka keluar jalan-jalan sama teman-teman atau saudara. Soalnya saya suka bosan apalagi ada pandemi kayak gini, jadi butuh hiburan lalu ada teman atau saudara yang mengajak saya juga berangkat mbak. Saya itu paling lemah terpengaruh dengan lingkungan sekitar. Ya jalan-jalan awalnya tapi akhirnya pasti nongkrong, belanja juga. Kalo belanja pakaian saya lebih ke jilbab mbak soalnya temen saya suka koleksi jilbab, ya saya sering ikutan buat beli jilbab juga.”⁸⁹

Dari beberapa hal yang disampaikan di atas, dapat dikatakan bahwa

⁸⁷ Diana Binti Munawaroh, *Wawancara*, 21 Februari 2021.

⁸⁸ Aprilia Tri Wulandari, *Wawancara*, 21 Februari 2021.

⁸⁹ Siti Duriyatus Sholehah, *Wawancara*, 21 Februari 2021.

Mahasiswi belum bisa menahan keinginan untuk berbelanja jilbab karena lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi. Barang yang belum tentu menjadi kebutuhannya namun dilakukan hanya untuk memenuhi keinginannya.

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yaitu faktor eksternal seperti teman bermain dan lingkungan sekitar. Teman bermain dari data yang diperoleh yaitu teman kuliah, teman kos, maupun teman pondok sedangkan lingkungan sekitar yang mempengaruhi yaitu keluarga, saudara serta tetangga.

4. Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswi Bagi Kehidupan Sehari-Hari

Berdasarkan wawancara dengan para responden tentang dampak perilaku konsumtif bagi kehidupan sehari-hari mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat dampak negatif (tidak baik) pada mahasiswa, sebagaimana pernyataan berikut:

Hasil wawancara dengan Alfiani menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat berdampak negatif (tidak baik) pada kehidupan keseharian, hal tersebut berdasarkan pernyataan: “Kalo pengalaman saya ya mbak, saya

semakin boros dan susah menabung sehingga ssaya tidak punya simpanan jika sewaktu-waktu ada hal tak terduga dan membutuhkan uang”.⁹⁰

Hal ini juga disampaikan mahasiswi yang bernama Arindah Suci Wulandari: “Kalo menurut saya bikin boros mbak dan bisa buat orang lain iri. Biasanya kalo saya beli jilbab baru teman saya suka pengen, jadi temen saya ikut-ikutan beli.”⁹¹

Mahasiswi lain yang bernama Euis Puspita Dewi juga mengatakan: “Saya susah buat memikirkan kebutuhan mendatang saya mbak, jadi kebutuhan pokok yang akan datang sering terlambat kebeli karena saya belikan jilbab”.⁹²

Hal ini juga diceritakan oleh salah satu mahasiswi yaitu Tiansi Evi yang mengatakan: “ Saya jadi susah atur keuangan mbak, boros juga sampai lupa menabung. Banyak kebutuhan lain yang gak kebeli karena beli jilbab.”⁹³

B. Analisis Data

1. Analisis Terhadap Perilaku Konsumsi Jilbab Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang atau mengurangi nilai guna suatu barang yang di produksi oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan merupakan salah satu bentuk konsep nilai. Jika

⁹⁰ Alfiani, *Wawancara*, 15 April 2021.

⁹¹ Arindah Suci Wulandari, *Wawancara*, 15 April 2021.

⁹² Euis Puspita Dewi, *Wawancara*, 15 April 2021.

⁹³ Tiansi Evi, Euis Puspita Dewi, *Wawancara*, 15 April 2021.

sebuah keinginan ditentukan oleh konsep *utility*, maka dalam Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep adanya *masalahah*.

Pada zaman modern seperti saat ini, banyak produsen yang bermunculan dengan model dan jenis jilbab yang semakin beragam. Hal inilah yang mengakibatkan pola konsumsi mahasiswi semakin meningkat dan cenderung ke arah konsumsi yang tidak wajar atau irasional.

Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan diatas, dapat diketahui bahwa perilaku konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo bisa dilihat berdasarkan tabel data lapangan berikut ini:

Tabel 4.7

Data Lapangan Konsumsi Jilbab Mahasiswi

No	Data di Lapangan	Keterangan
1	Pendapatan mahasiswi	Pendapatan mahasiswi yaitu dari pemberian orang tua berupa uang saku. Uang saku mahasiswi minimal Rp 350.000,- setiap bulannya. Dalam konsumsi jilbab sebagian besar mahasiswa pasti terdapat <i>list</i> belanja jilbab setiap bulannya.

PONOROGO

2	Pekerjaan orang tua	Sebagian besar mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berasal dari keluarga yang memiliki tingkat ekonomi menengah ke bawah. Hal ini karena pekerjaan orang tua mereka rata-rata adalah petani/ buruh tani, pedagang kecil, dan wiraswasta.
3	Jumlah dana yang dihabiskan belanja jilbab	Setiap transaksi jilbab mahasiswa harus mengeluarkan uang minimal Rp. 15.000,- dan mencapai Rp. 100.000,- dengan <i>Brand</i> jilbab yang berbeda-beda.
4	Jumlah jilbab yang dimiliki mahasiswi	Jilbab yang dimiliki mahasiswi minimal 15 sampai dengan >50 dengan berbagai model yang berbeda seperti pashmina, segi empat ataupun bergo.
5	Alasan pembelian jilbab oleh mahasiswi	Mahasiswi membeli jilbab yaitu yang utama untuk menutup aurat namun juga untuk mengikuti <i>trend fashion</i> yang semakin modern guna menyesuaikan dengan <i>outfit</i> yang dipakai.
		a. Teman bermain dari data yang diperoleh yaitu teman kuliah, teman kos, maupun teman pondok. Teman bermain memiliki

6	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi jilbab mahasiswi	<p>pengaruh yang besar sebab jika melihat teman membeli jilbab cenderung akan membeli barang yang sama karena keinginannya memiliki barang tersebut.</p> <p>b. Lingkungan sekitar sangat berpengaruh terhadap konsumsi jilbab mahasiswi seperti keluarga, saudara, tetangga serta beberapa tempat atau toko dekat yang menyediakan aneka model jilbab yang dapat dibeli oleh mahasiswi kapan saja.</p>
---	---	--

Berdasarkan data diatas menjadi pembuktian tidak adanya kesesuaian antara teori dan praktik terhadap pola konsumsi jilbab mahasiswi yang akhirnya menimbulkan perilaku konsumtif. Dalam ekonomi Islam menganjurkan memiliki pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang. Dari semua mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo peneliti mengambil 20 mahasiswi sebagai informan. Berdasarkan data lapangan diperoleh temuan bahwa mahasiswi memiliki jilbab antara 15 *pieces* sampai dengan lebih dari 50 *pieces*, dengan alasan pembelian jilbab yaitu 6 mahasiswi menyatakan untuk menutup aurat saja dan 14 mahasiswi menyatakan untuk menutup aurat dan mengikuti *trend fashion* yang ada serta budget yang mahasiswi keluarkan dalam satu kali transaksi yaitu mulai dari Rp. 15.000,- sampai dengan ratusan ribu.

Sebagai seorang mahasiswa yang masih bergantung kepada orang tua dan masih mengandalkan uang saku setiap bulannya, pola perilaku konsumsi mahasiswa tersebut terlihat berlebihan dan tidak menunjukkan sikap konsumsi berdasarkan tujuan konsumsi secara Islam dan etika konsumsi dalam Islam. Sebagaimana ciri-ciri perilaku konsumen muslim sebagai berikut:

- 6) Seorang muslim mengkonsumsi barang sesuai pemahaman bahwa kebutuhan manusia terbatas. Dari paparan temuan data di atas, sebagian besar mahasiswa masih banyak yang membeli jilbab hanya untuk memenuhi keinginan mereka seperti mengikuti *trend fashion*, mengikuti teman ataupun hanya untuk koleksi. Mereka membeli barang yang diinginkan tanpa memperhatikan batasan pengeluaran uang saku dalam penggunaannya.
- 7) Tingkat kepuasan seseorang tidak ditentukan oleh jumlah, namun ditentukan oleh kepentingan bersama. Dari temuan di atas dapat dilihat untuk memenuhi kepuasan dalam berjilbab, mahasiswa memiliki banyak model jilbab seperti bergo, pashmina, khimar serta segi empat yang akhirnya dapat membuat penuh lemari dan gantungan terlihat tidak rapi karena banyak jilbab yang tidak muat di dalam lemari dan terlihat ada yang terletak di tempat yang tidak seharusnya seperti di atas meja.
- 8) Seorang muslim tidak mengkonsumsi barang haram. Dari paparan data temuan menunjukkan bahwa mahasiswa tidak akan mengkonsumsi barang-barang yang diharamkan, karena mereka membelanjakan atau

menggunakan uang sakunya untuk membeli jilbab guna menutup aurat serta untuk menunjang gaya berpakaian keseharian mahasiswi.

9) Seorang muslim tidak akan berbelanja secara berlebih. Dari paparan data di atas mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam mengeluarkan uang yang dimiliki untuk membeli jilbab sesuai dengan keinginan. Apabila kondisi keuangan tidak baik, dan tidak memungkinkan bagi mereka untuk membeli barang yang diinginkan, maka mereka akan meminjam uang kepada temannya atau meminta uang saku tambahan kepada orang tua untuk mendapatkan jilbab tersebut.

10) Seorang muslim mencapai tingkat kepuasan dengan rasa syukur. Dari paparan data diatas sebagai seorang mahasiswi muslim, mereka harus memahami apa arti syukur dan menanamkan dalam diri. Bersyukur bukan berarti puas dengan apa yang dimiliki saat ini, namun menikmati apa yang dimiliki dan didapatkan saat ini. Dengan adanya rasa syukur, mahasiswi mampu memanfaatkan apa yang mereka miliki saat ini dan tidak berlebih-lebihan. Walaupun setiap mahasiswi memiliki tingkat kepuasan dan kondisi perekonomian yang berbeda, mensyukuri apa yang dimiliki dengan cara tidak berlebih-lebihan merupakan suatu hal yang baik. Baik untuk kemaslahatan dirinya sendiri maupun orang lain.

Berdasarkan etika konsumsi secara Islam terdapat dua pembatasan dalam menggunakan harta yaitu:

a. Penggunaan harta dengan batasan segi kualitas

Batasan segi kualitas yaitu larangan membelanjakan uang atau harta untuk mendapatkan barang yang memabukkan dan menimbulkan kerusakan pada tubuh dan akal, seperti minuman keras dan narkotika. Dalam hal ini konsumsi jilbab yang dilakukan mahasiswa merupakan produk halal dan jilbab diwajibkan atau dianjurkan dipakai oleh kaum hawa atau perempuan. Hanya saja porsi atau jumlah jilbab yang dibeli atau konsumsi mahasiswa belum sesuai dengan kebutuhan mereka.

b. Penggunaan harta dengan batasan segi kuantitas

Batasan segi kuantitas dalam konsumsi Islam yaitu dimana manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, yaitu pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran. Jika dalam batasan kualitas mahasiswi masih mengkonsumsi produk halal berbeda dengan segi kuantitas, dimana mahasiswa yang masih bergantung dengan uang saku yang diberikan oleh orang tuanya dan dalam melakukan konsumsi jilbab masih terlihat boros atau berlebihan dan tidak memperhatikan fungsi jilbab dari segi kebutuhan dan *utility*. Hal ini bisa dibuktikan dari pernyataan salah satu mahasiswa yaitu jika keadaan uang sudah menipis dan melihat jilbab yang ia inginkan atau idamkan maka mahasiswa tersebut akan memesan atau membeli jilbab dengan cara meminjam uang ketemannya atau berhutang serta meminta uang saku lagi ke orang tua dengan berbagai alasan agar diberi. Berdasarkan pemaparan data tersebut mahasiswi belum bisa memanfaatkan uang berdasarkan segi

kuantitas dalam penggunaan harta. Dimana mahasiswa masih mengikuti keinginan dan kesenangan dan belum bisa mengatur keuangan dalam konsumsi jilbab.

Berdasarkan M. B. Hendri Anto kebutuhan manusia dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

a. Kebutuhan *Dharuriyat*

Kebutuhan *dharuriyat* yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi jika tidak dipenuhi akan mengancam kehidupan manusia.⁹⁴ Sebagai seorang muslimah yang mengerti bagaimana tata cara berpakaian dan berbusana, kaum hawa diperintahkan dan diwajibkan untuk memakai jilbab yang menutup bagian rambut sampai dada serta menutupi bagian lekuk dari tubuhnya, sehingga jilbab merupakan kebutuhan *dharuriyat* yang wajib terpenuhi. Seperti firman Allah SWT dalam QS. An-Nur ayat 31 yang artinya:

“Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan

⁹⁴ M. B. Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 132.

yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung”.⁹⁵

Jilbab merupakan busana yang wajib diperhatikan oleh mahasiswa baik dari bentuk atau model jilbab serta bagaimana cara pemakaiannya. Dalam berjilbab terdapat hikmah didalamnya baik berguna untuk dunia maupun akhirat seperti terhindar dari pelecehan, terlihat lebih sopan dan yang paling utama yaitu taat kepada perintah Allah sehingga akan selamat dari azab neraka. Jadi sebagai seorang mahasiswa yang mengerti teori konsumsi Islam harus mengkonsumsi jilbab dan memakainya dengan baik sesuai dengan kebutuhannya.

b. *Kebutuhan Hajiyat*

Kebutuhan Hajiyat adalah kebutuhan jika dipenuhi akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas bagi aktivitas manusia, jika kebutuhan ini tidak terpenuhi tidak akan membahayakan kualitas eksistensi manusia. Dalam hal ini konsumsi jilbab mahasiswa berdasarkan model jilbab dan kegiatan mahasiswa setiap harinya. Waktu di rumah mahasiswa memakai jilbab instan yang *simple* untuk melakukan kegiatan rumah seperti bersih-bersih dan disaat pergi kuliah mahasiswa memakai jilbab pashmina atau segi empat untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih sopan.

c. *Kebutuhan Tahsiniyat*

⁹⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, (Solo: Qomari Prima Publisher, 2007), 493.

Kebutuhan *Tahsinayat* adalah kebutuhan dimana jika dipenuhi akan meningkatkan kepuasan namun tidak menambah nilai pada aktivitas manusia. Sebagian besar mahasiswi dalam membeli jilbab terlihat konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan kebiasaan mahasiswi yang sering membeli jilbab hanya untuk *mix and match* dengan outfit lainnya, membeli jilbab hanya untuk koleksi serta tujuan dari konsumsi jilbab tersebut untuk bergaya atau mengikuti *trend* yang kekinian.

Menurut Anang Firmansyah dalam bukunya yang berjudul “Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)”⁹⁶ Berdasarkan jenisnya ciri-ciri perilaku konsumen di bagi mejadi dua yaitu:

- a. Ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional
 - a) Konsumen memilih produk sesuai kebutuhan, dalam konsumsi jilbab mahasiswi lebih dari mencukupi kebutuhan namun sudah mencapai keinginan dan kesenangan.
 - b) Produk yang dipilih konsumen memberikan manfaat yang optimal bagi konsumen. Dalam konsumsi jilbab mahasiswa fungsi utamanya yaitu untuk kebutuhan dan *utility*. Produk jilbab sudah mencukupi manfaat yang optimal bagi mahasiswi.
 - c) Konsumen memilih produk yang kualitasnya bagus. Dalam pemilihan jilbab mahasiswi membeli sesuai dengan kebutuhan atau keinginan, sebagian mahasiswa memilih kualitas bagus dengan harga yang lebih tinggi, namun tidak sedikit dari mahasiswi yang membeli

⁹⁶ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018). 16.

dengan harga yang murah dengan kualitas yang biasa dengan alasan hanya menyukai warnanya dan untuk koleksi.

d) Konsumen memilih produk yang harganya sesuai dengan kemampuan dan pendapatan konsumen. Sebagian mahasiswi membeli jilbab sesuai dengan *budget* atau uang yang dimiliki, namun tidak sedikit dari mereka yang membeli jilbab tanpa memikirkan kondisi keuangannya. Dimana mahasiswi terdapat yang berhutang atau meminjan uang ke temannya.

b. Ciri- ciri perilaku konsumen yang bersifat irasional:

a) Konsumen cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik. Pada zaman modern seperti saat ini mahasiswi masih dalam masa labil, dimana mereka masih mudah terpengaruh oleh iklan dan promosi yang menarik. Hal itu menjadikan mahasiswi semakin konsumtif dan sering membeli jilbab tanpa pertimbangan apakah jilbab tersebut dibutuhkan atau tidak.

b) Konsumen memilih produk bermerk yang sudah terkenal. Tidak sedikit dari mahasiswi yang membeli jilbab berdasarkan merk atau *brand* yang sudah terkenal seperti Zoya, Elzzata, Rabbani dan sebagainya, namun terdapat mahasiswa yang membeli jilbab tanpa melihat merk tetapi mereka membeli jilbab dengan alasan menyukai warnanya sehingga bisa dipakai bergantian setiap harinya tanpa mengeluarkan *budget* yang besar.

c) Konsumen memilih produk bukan untuk kebutuhan tetapi karena gengsi. Dengan adanya perkembangan teknologi dan semakin banyaknya aplikasi berbelanja onlin serta semakin maak promosi dan ikaln melalui media sosial dengan tampilan yang menarik membuat mahasiswi semakin konsumtif, dimana mereka suka berbelanja untuk mrngikuti busana model, artis-artis atupun selebgram, dengan mengikuti busana para selbgram atau artis mereka tampil lebih percaya diri dan terlihat lebih *hits* atau populer karena bisa memakai jilbab yang sedang *booming*.

d) Konsumen memilih produk hanya karena ingin mencoba-coba. Banyak dari mahasiswi yang sering mencoba-coba dalam membeli jilbab. Mereka hanya ingin suka warnanya, untuk koleksi tanpa memperhatikan apakah jilbab tersebut dibutuhkan atau tidak.

Berdasarkan teori dan data lapangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa belum bisa menempatkan dirinya dalam mencukupi kebutuhan dan tujuan *utility* dalam konsumsi jilbab. Dimana seharusnya kebutuhan dalam konsumsi jilbab termasuk ke dalam kebutuhan *dharuriyat* yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi jika tidak dipenuhi akan mengancam kehidupan manusia, acaman yang dimaksud yaitu sebagai seorang muslim wajib hukumnya untuk memakai jilbab. namun mahasiswa menjadikan jilbab sebagai kebutuhan *tahsiniyat* yaitu kebutuhan untuk meningkatkan kepuasan dan kesenangan namun tidak menambah nilai pada aktivitas manusia. Pola konsumsi jilbab mahasiswi masih bersifat irasional sehingga

menimbulkan pola konsumsi yang berlebihan dan bersifat *israf* atau penggunaan harta secara berlebih-lebihan.

2. Analisis Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Jilbab Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Berdasarkan pola konsumsi jilbab mahasiswi terdapat banyak faktor yang mempengaruhi. Menurut Philip Kothler faktor yang mempengaruhi konsumsi seseorang yaitu faktor kebudayaan, faktor, sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor kebudayaan terdiri dari materialistik, institusi sosial, bahasa serta estetik atau kesenian. Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga serta peran atau status.⁹⁷ Faktor pribadi yaitu terdiri dari usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi dan sikap.

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan informan dapat dilihat bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap mahasiswi dalam melakukan kegiatan konsumsi jilbab adalah faktor internal faktor eksternal atau faktor yang timbul dari luar diri seseorang. Diantara faktor internal adalah motivasi dari diri sendiri serta faktor eksternal yaitu faktor sosial. Faktor sosial tersebut terdiri dari teman bermain dan lingkungan sekitar seperti keluarga, tetangga dan teman sejawat. Teman bermain dan lingkungan sekitar adalah orang terdekat seseorang dimana akhlak dan *life style* terbentuk dan semakin lama menjadi suatu kebiasaan.

⁹⁷ Indah Haryani, Jhon Herwanto, "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi", *Jurnal Psikologi*, 1 (Juni 2015), 5-6.

Berdasarkan pakar ahli ekonomi Phillip Kotler faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswa yaitu:

a. Diri Sendiri (Motivasi)

Motivasi dari diri sendiri merupakan daya dorong yang muncul dari dalam diri seseorang yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Berdasarkan data di lapangan diri sendiri sangat mempengaruhi dalam melakukan konsumsi, dimana keinginan dalam diri selalu ada dan tidak bisa ditolak sehingga keinginan konsumsi akan semakin tinggi.

b. Teman bermain

Lingkungan kampus merupakan tempat yang tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Sehingga teman kampus merupakan orang yang dapat mempengaruhi dalam konsumsi jilbab. Semakin sering seseorang bertemu dan bermain dengan teman kampus maka seseorang akan semakin sering untuk mengikuti keinginan temannya dalam membeli jilbab.

Hal ini terjadi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Teman kampus atau teman bermain adalah orang yang dekat dengan mereka, 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 jilbab. Mereka mudah terpengaruh dengan mahasiswa lain seperti ingin

memiliki jilbab yang dimiliki oleh temannya, ajakan temannya untuk membeli, bahkan membeli jilbab dengan warna yang sama walaupun tidak merasa membutuhkan. Berdasarkan wawancara dari informan yang bersangkutan mereka membeli jilbab karena mengikuti model yang terbaru, mereka membeli jilbab yang lagi *booming* yang biasanya dipakai oleh selebgram atau model, namun setelah jilbab tersebut tidak *booming* lagi mereka akan menyimpannya sebagai koleksi di rumah.

Jadi berdasarkan data di lapangan, dapat di lihat bahwa mahasiswi dalam mengkonsumsi jilbab karena temannya walaupun jilbab yang di beli sebenarnya tidak dibutuhkan. Mereka berfikir harus mengikuti temannya membeli jilbab agar terlihat *trend*, membeli jilbab yang sedang *booming* serta mereka membeli jilbab hanya untuk *mix and match* untuk menunjang penampilannya agar diakui oleh orang lain atau lingkungan.

c. Lingkungan sekitar

Lingkungan sekitar merupakan tempat dimana mahasiswi menghabiskan waktunya selain di kampus dan di luar. Lingkungan sekitar seperti keluarga, saudara, tetangga maupun teman sejawat dapat mempengaruhi perilaku seseorang untuk menentukan produk yang akan dikonsumsi karena lingkungan sekitar atau lingkungan rumah tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari. Lingkungan sekitar mahasiswi merupakan tempat dimana akhlak, karakter serta perilaku terbentuk. Semakin lama seseorang tinggal di suatu lingkungan maka budaya

seseorang akan mengikuti lingkungan tersebut.

Berdasarkan wawancara dari informan yang bersangkutan mereka menyatakan bahwa sebagian besar waktunya dirumah, sebagian dari mereka setelah kuliah langsung pulang, disaat itulah waktu luang dimanfaatkan mereka untuk bermain bersama keluarga, pergi kerumah tetangga ataupun jalan-jalan bersama teman satu kampungnya. Dari kegiatan tersebut banyak aktivitas yang dilakukan seperti berbelanja online, ataupun jalan-jalan sambil berbelanja. Apalagi dekat rumah mereka terdapat toko jilbab mereka akan lebih sering untuk melihat-lihat koleksi toko dan akhirnya mereka membeli karena warna atau modelnya yang bagus walaupun mereka belum membutuhkan jilbab tersebut. Mereka hanya suka dengan tampilan jilbabnya. Mereka suka membeli jilbab didekat rumahnya karena bisa dibayar secara kredit. Dengan adanya kemudahan tersebut keinginan mahasiswi dalam konsumsi jilbab semakin besar, sehingga mahasiswa melupakan akan fungsi dari konsumsi yang sebenarnya yaitu kebutuhan dan *utility*.

Jadi berdasarkan data di lapangan dapat dilihat bahwa lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif mahasiswi baik dari lingkungan rumah maupun dari lingkungan masyarakat yang mendukung mahasiswi untuk mengisi waktu luang dan membeli jilbab yang diinginkan yang belum tentu sesuai dengan kebutuhannya.

Dari analisa di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang

mempengaruhi pola konsumsi jilbab mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah faktor internal dan eksternal. Diantara faktor yang mempengaruhi adanya konsumsi jilbab adalah diri sendiri, teman bermain dan lingkungan sekitar. Teman bermain akan mempengaruhi mahasiswi untuk mengikuti ajakan membeli jilbab walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan, karena pada dasarnya teman akan mempengaruhi dalam pembelian barang seperti jilbab. Sedangkan lingkungan sekitar mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif karena lingkungan rumah atau keluarga dan lingkungan masyarakat yang mendukung mahasiswi untuk mengisi waktu luang dan membeli jilbab walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan.

3. Analisis Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswi Bagi Kehidupan Sehari-Hari

Dalam konsumsi suatu produk secara berlebihan pasti akan memiliki dampak setelah pemanfaatannya. Dampak perilaku konsumtif dibagi menjadi dua yaitu dampak positif dan dampak negatif. Berdasarkan data di lapangan dampak dari perilaku konsumtif mahasiswi yaitu:

- a. Hidup boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak. Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi menjadikan mahasiswi sulit mengelola keuangannya seperti disaat mahasiswi membeli jilbab tanpa memikirkan apakah jilbab tersebut di butuhkan

atau tidak. Hal itu menjadikan mahasiswi hidup tidak sehat atau boros dan tidak terkontrol.

- b. Mengurangi kesempatan untuk menabung. Mahasiswi yang membeli jilbab tanpa memperhatikan kebutuhan dan harga menjadikan mereka sulit untuk menyisihkan keuangannya sehingga mereka tidak bisa menyisihkan atau menabung.
- c. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Mahasiswa pada saat ini sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Mereka hanya memikirkan kebahagiaan pada saat ini yang bersifat terbatas tanpa memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Berdasarkan perilaku konsumsi jilbab yang dilakukan oleh mahasiswi terlihat berlebihan dan tidak sesuai dengan teori konsumsi dalam islam. Sehingga menimbulkan dampak negatif yaitu kehidupan yang tidak sehat seperti boros, mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang serta dapat menimbulkan kecemburuan sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pola konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo menunjukkan kesenjangan antara praktik yang terjadi dengan teori yang ada. Konsumsi jilbab yang berlebihan dapat menimbulkan sifat *israf*. *Israf* merupakan penggunaan harta secara berlebihan seperti pembelian atau konsumsi jilbab yang belum dianggap sebagai kebutuhan *dharuriyat*. Mahasiswi berfikir harus mengikuti temannya membeli jilbab agar terlihat *trend*, membeli jilbab yang sedang *booming* serta mereka membeli jilbab hanya untuk *mix and match* untuk menunjang penampilannya agar diakui oleh orang lain atau lingkungan.
2. Faktor yang mempengaruhi pola konsumsi jilbab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorog adalah faktor eksternal. Diantara faktor eksternal yang mempengaruhi adanya konsumsi jilbab adalah teman bermain dan lingkungan sekitar. Teman bermain mempengaruhi mahasiswi untuk mengikuti ajakan membeli jilbab walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan, karena pada dasarnya teman akan memengaruhi dalam pembelian barang atau suatu produk seperti jilbab ataupun pakaian lainnya.

Sedangkan lingkungan sekitar mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif karena lingkungan rumah atau keluarga dan lingkungan masyarakat yang mendukung mahasiswi untuk mengisi waktu luang dan membeli jilbab walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan.

3. Dampak dari perilaku konsumsi bagi kehidupan sehari-hari yaitu kehidupan yang tidak sehat seperti boros, mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang serta dapat menimbulkan kecemburuan sosial.

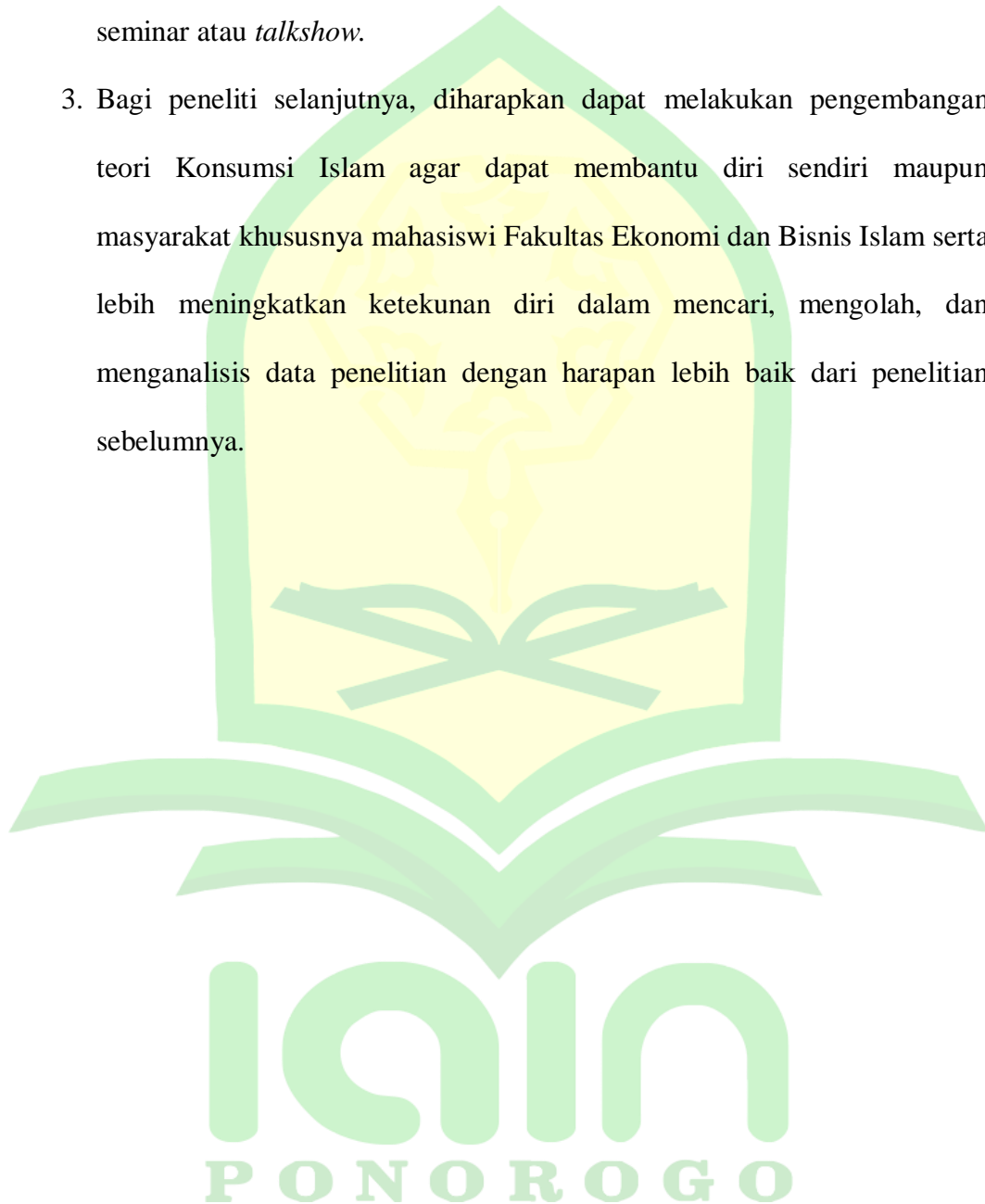
B. Saran

Berdasarkan hal-hal yang telah penulis uraikan dalam skripsi ini, penulis akan memberikan saran-saran terkait dengan judul pembahasan. Diharapkan bahwa akan berguna bagi penulis khususnya dan umumnya bagi pembaca. Adapun saran-sarannya sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diharapkan mahasiswi mampu menggambarkan perilaku seorang mahasiswi yang sederhana dan menyesuaikan dengan aturan dalam Islam. Bukan hanya mengikuti hawa nafsu yang ingin mencari kepuasan sementara, yang pada akhirnya timbul perilaku konsumtif yang cenderung boros dan berlebihan. Mahasiswi dapat mengontrol keinginan dengan cara berhemat, menabung atau dengan cara membuat daftar kebutuhan agar keuangan yang dimiliki dapat terkontrol dengan baik. Baik keuangan untuk diri sendiri maupun keluarga.
2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diharapkan dapat memberikan

wawasan yang lebih menyeluruh mengenai manajemen keuangan untuk mahasiswa agar mampu menerapkan pola konsumsi menurut Ekonomi Islam baik dengan menggunakan metode perkuliahan yaitu mata kuliah, seminar atau *talkshow*.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan pengembangan teori Konsumsi Islam agar dapat membantu diri sendiri maupun masyarakat khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta lebih meningkatkan ketekunan diri dalam mencari, mengolah, dan menganalisis data penelitian dengan harapan lebih baik dari penelitian sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Amir, Taufiq. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Anto, M. B. Hendri. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2018/2019.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po Press, 2010.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*. Solo: Qomari Prima Publisher. 2007.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- James, Michael. *Pembangunan Ekonomi Didunia Ketiga*. Jakarta: Ghalia, 2001.
- Karim, Adiwarmarman. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Keller, Philip Kotler, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Edisi V, Jilid I. Jakarta: Erlangga, 1990.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Cetakan I. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Konsumsi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin. Gema Insani Press, 1997.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press, 1997.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.

Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Aneka Cipta, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Umar, Husein. *Research Methods in Finance and Banking*, Cetakan II. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Widi, Restu Kartiko. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Zainal, Veitzal Rivai. dkk. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Daftar Jurnal Dan Skripsi

Anindita, Devi. “Konsumsi Pada Tanda Fashion Hijab”, *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 3 (1, 2014).

David, Lydia. “Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran”. *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, Vol. 3, No. 1, (Jauari-April 2015).

Hani, Ummi. “Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)”. *Skripsi*. STAIN Parepare, 2017.

Herwanto, Indah Haryani, Jhon. “Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi”, *Jurnal Psikologi*, 1 (Juni 2015).

Hidayati, Rina. “Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Pembelian Sepeda Motor Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo),” *Skripsi*. IAIN Ponorogo, 2018.

Indarti. *et.al.* “Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Kosmetika Dalam Keputusan Pembelian Produk Pemutih Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Wacana*, 13 (10, 2010).

Manilet, Aisa. “Kedudukan Masalah dan Utility Dalam Konsumsi (Masalah Versus Utility)”, *Jurnal Tahkim*, Vol. 11, No. 1, (Juni 2015).

Muntholip, Abdul. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Kajian KeIslaman dan Pendidikan*, Vol.1, No.1, (April 2012).

Muthoharoh, Siti Nafi'ul. "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-Siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnaja Kecamatan Ketahun," *Skripsi*. IAIN Bengkulu, 2017.

Pergiawati, Galuh Endang. "Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Berjilbab Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman", *Jurnal Psikoborneo*, 4 (2016).

Pujiyono, Arif . "Teori Konsumsi", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 3 (Desember 2006).

Saefuloh, Asep. "Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di *Online Shop* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018)," *Skripsi*. UIN Walisongo Semarang, 2019.

Saputro, Rano. "Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak Dalam Mengikuti Trend Fashion (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam)," *al masalah*, 13 (10, 2017).

