

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia.¹ Manusia yang sering disebut sebagai makhluk sosial yang memang tidak dapat dipungkiri selalu membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Selain itu, manusia juga disebut sebagai makhluk materi yang membutuhkan hal-hal di luar tubuhnya untuk menunjang kehidupannya. Oleh karena itu manusia melakukan kegiatan-kegiatan untuk menghabiskan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup. Kegiatan tersebut biasa disebut sebagai kegiatan konsumsi.

Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dan sebagainya.²

¹ Zuliana, "Prinsip Konsumsi Dalam Islam Berbasis Nilai Material Dan Spiritual (Analisis Konsep M. Abdul Mannan dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia)" (skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2015), 1.

² Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: LPPI, 2009), 178.

Muhammad Abdul Mannan dalam bukunya “Islamic Economics: Theory and Practice” mendefinisikan konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan.³ Kedua hal tersebut saling berhubungan. Bila ada permintaan maka harus ada penyediaan, begitu juga sebaliknya. Menurut Mannan, semakin tinggi kita menaiki jenjang peradaban, semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor psikologis. Cita rasa seni, keangkuhan, dorongan-dorongan untuk pameran, semua faktor-faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriah konkret dari kebutuhan fisiologik kita. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhannya juga sangat sederhana.⁴

Era modern yang merupakan cerminan meningkatnya jenjang kehidupan kita membawa trend tersendiri bagi masyarakat, terutama dalam hal fashion. Fashion sudah menjadi bagian penting dari gaya, trend dan penampilan keseharian kita. Menurut Soekanto, fashion memiliki arti suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobby terhadap model pakaian tertentu.⁵

Dalam industri mode pakaian, pakaian perempuanlah yang paling cepat berubah dan banyak variannya dibandingkan dengan model pakaian para pria. Di Indonesia sendiri, sangat pesat pertumbuhan pakaian perempuan apalagi sepuluh tahun terakhir ini salah satunya munculnya

³ Muhammad Abdul Mannan, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, terj. M. Nastangin (Yogyakarta: PT Dana Bakti Wakaf, 1995), 44.

⁴ Ibid.

⁵ Soerjono Sukanto, Kamus Sosiologi (Jakarta: Raja Graffindo, 2004), 186.

jilbab dan busana dengan berbagai varian dan model yang setiap saat berganti.⁶

Meningkatnya kemakmuran, semakin banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi, membuat produsen berlomba-lomba untuk memanfaatkan kondisi ini. Konsumsi material, membeli dan memiliki barang, sudah menjadi cara utama agar bisa mencapai nilai-nilai dan tujuan sosial yang tertinggi dalam masyarakat. Anggapan bahwa “jika kita tidak bisa membeli maka kita tidak bisa memiliki” semakin mendorong orang untuk melakukan konsumsi sebanyak-banyaknya.⁷

Apalagi dikalangan muda eksistensi diri masih menjadi hal yang penting. Kebutuhan untuk menjadi menonjol di antara yang lain atau paling tidak menjadi setara dengan yang lain mendorong mereka untuk melakukan konsumsi terhadap barang-barang yang sedang ‘in’ atau sedang menjadi trend. Hal tersebut mereka lakukan untuk mendapatkan rasa percaya diri untuk tampil di lingkungan pergaulan mereka. Dan hal ini sangat diketahui oleh para produsen di bidang fashion.

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam

⁶Susi Kurniawati, “Popularitas Jilbab Selebritis di Kalangan Mahasiswi (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2014), 3.

⁷Tiyas Purbaningrum, “Pola Konsumsi Produk Fashion di Kalangan Pelajar Putri (Studi Deskriptif Kualitatif di SMA NEGERI 7 Surakarta)” (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2008), 107.

menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga mengikuti mode yang sedang beredar.⁸ Di Ponorogo terdapat pusat-pusat perbelanjaan, serta butik maupun toko-toko yang menjual berbagai kebutuhan fashion. Di antara pusat perbelanjaan tersebut adalah Ponorogo City Center, Ponorogo Permai, Luwes, Kraton dan lain sebagainya. Sedangkan toko atau butik yang menjadi tujuan para remaja adalah Agya, Red Bone, Post Mode, Leadys, Najuba dan lain-lain.

Hal ini membuktikan bahwa pakaian beserta atributnya tidak lagi memiliki fungsi yang sederhana. Artinya, pakaian tidak hanya sekedar sebagai pelindung diri dari berbagai iklim ekstrem. Hijab tidak lagi berfungsi sebagai sarana penutup aurat, dan lain sebagainya. Tetapi semua hal yang terkait dengan fashion adalah penunjuk identitas bagi para pemakainya.

Seorang muslim dalam setiap perilakunya diatur oleh aturan beserta norma ideal yang terdapat dalam Al-Qur'an, begitu juga dalam hal konsumsi, termasuk juga konsumsi terhadap fashion. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Furqan Ayat 67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

⁸ Ibid., 52.

Artinya: “*Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.*”⁹

Inilah yang disebut *iqtiṣād* oleh seorang ahli ekonomi Islam, dan terbiasa bagi para pembaca Barat sebagai golden mean Aristoteles.¹⁰ Artinya, bahwa seorang muslim diminta untuk mengambil sebuah sikap pertengahan atau moderat.

Allah SWT. berfirman dalam surat Al-An’ām ayat 141 sebagai berikut:

وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ...

Artinya: “...dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-*lebihan*”.¹¹

Pengamalan ayat tersebut berarti juga sikap memerangi kemubaziran, sifat sok pamer, mengkonsumsi barang-barang yang tidak perlu. Tidak berlebih-lebihan berarti bahwa pola permintaan Islami lebih didorong oleh faktor kebutuhan (needs) dari pada keinginan (wants).¹² Selain itu seorang muslim juga terikat pada aturan yang mengharuskan konsumsi komoditas yang halal dan toyyib seperti dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an...*, 365.

¹⁰ M. Fahim Khan, *Esai-Esai Ekonomi Islam*, terj. Suherman Rosyidi (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 33.

¹¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an...*, 146.

¹² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), 88.

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”¹³

Secara umum dalam ekonomi konvensional kita mengenal bahwa perilaku konsumsinya bebas nilai (*value free*). Akan tetapi dalam dua pendekatan yang digunakan yaitu *marginal utility* dan *indifference curve*, sebenarnya tidak bebas nilai. Pada dasarnya teori-teori tersebut berdiri di atas dua nilai dasar (*fundamental values*), yaitu rasionalisme ekonomi dan utilitarianisme.¹⁴ Rasionalisme ekonomi mengandung pengertian bahwa setiap konsumen mengkonsumsi dengan sifatnya sebagai *homo economicus*. Secara lebih spesifik konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self interest*), dimana untuk mencapai sukses senantiasa diukur dengan capaian-capaian yang bersifat materialistik. Sedangkan makna utilitarianisme secara sederhana adalah suatu pandangan yang mengukur benar atau salah (juga baik atau buruk) berdasarkan kriteria kesenangan dan kesusahan. Jadi sesuatu yang menyebabkan susah akan ditinggalkan dan sesuatu yang membuat senang akan dikejar.¹⁵

Konsumsi terhadap komoditas fashion yang sedang mejadi trend telah menjadi bagian keseharian bagi banyak remaja putri. Hal tersebut juga tampak di lingkungan kampus IAIN Ponorogo, yang mana para mahasiswa mengenakan komoditas fashion yang sedang ‘*in*’. Meskipun di lingkungan kampus mereka tidak leluasa mengikuti trend fashion yang sedang

¹³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, 25.

¹⁴ M.B. Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 120.

¹⁵ *Ibid.*

berkembang. Akan tetapi di luar lingkungan kampus para mahasiswi IAIN Ponorogo tersebut lebih bebas mengikuti perkembangan trend fashion dan mengaplikasikannya dalam penampilan mereka sehari-hari.

Mahasiswi IAIN Ponorogo yang di dalam kampus sangat dekat dengan corak kehidupan yang islami, apalagi mahasiswi syari'ah yang fokus belajar tentang hukum di dalam perkuliahannya. Idealnya, mereka lebih mampu mengaplikasikan nilai-nilai syari'ah Islam dalam kehidupan sehari-harinya, termasuk kehidupan berkonsumsi, di dalam dan di luar kampus. Akan tetapi faktanya berbeda. Sebagai contoh, dalam hal membeli dan menggunakan komoditas fashion yang sedang trend para mahasiswi tersebut cenderung 'latah'. Mereka menggunakan busana serta atribut fashion lainnya yang kadang kala tidak mencerminkan nilai-nilai syari'ah.

Oleh sebab itu penelitian ini akan lebih fokus pada perilaku konsumsi berdasarkan trend fashion oleh mahasiswi syari'ah IAIN Ponorogo di luar lingkungan kampus. Karena mahasiswi syari'ah IAIN Ponorogo di lingkungan kampus dalam hal berbusana dan berpenampilan telah dibatasi oleh kode etik yang ketat.

Selanjutnya barang-barang fashion berupa pakaian, tas, sepatu, jam tangan dan aksesoris lainnya secara dzat adalah barang yang halal untuk dikonsumsi. Akan tetapi aturan Islam seperti yang diungkapkan di atas bahwa tolok ukur konsumsi tidak hanya pada kehalalan dzatnya saja. Akan tetapi aturan konsumsi dalam Islam juga menyangkut batasan-batasan dalam

hal akhlak yang secara langsung berpengaruh pada kondisi batiniah (keimanan) seseorang.

Saat ini perkembangan trend fashion memiliki dampak positif dan negatif. Salah satu sisi positif berkembangnya trend fashion Islami adalah semakin banyaknya wanita yang berhijab. Hal itu menjadikan identitas seorang muslimah semakin tampak. Akan tetapi perkembangan trend fashion Islami juga membawa dampak negatif. Diantaranya, berubahnya makna hijab yang merupakan bagian dalam fashion. Syari'at Islam dalam hal konsumsi yang telah ditetapkan sedikit demi sedikit mulai dilanggar. Sebagai contoh banyak mahasiswi di lingkungan luar kampus yang mengenakan jilbab akan tetapi tidak menutupi dada atau masih menampakkan lekuk tubuh, dan lain sebagainya.

Mode pakaian, jilbab, sepatu, tas dan aksesoris lain pun berkembang dengan cepat. Sehingga apabila konsumsi didasarkan pada trend fashion maka konsumen akan jatuh pada gaya hidup konsumtif dan cenderung berlebih-lebihan. Akan tetapi hal tersebut tidak mutlak. Seperti yang terjadi pada salah satu mahasiswi IAIN Ponorogo, ia mengkonsumsi barang yang sedang dibutuhkannya dan ia membeli barang yang sedang trend saat itu. Sehingga mahasiswi tersebut mendapatkan kepuasan ganda. Selain mendapatkan manfaat barang ia juga mengikuti trend fashion yang sedang *'in'* saat itu.

Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang konsumsi oleh mahasiswi IAIN Ponorogo di

tinjau dari dua perspektif yaitu teori konsumsi Islam dan teori konsumsi konvensional yang berjudul “**KONSUMSI BERDASARKAN TREND FASHION DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL (PENELITIAN TERHADAP MAHASISWI FAKULTAS SYARI’AH).**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana motif dan tujuan konsumsi mahasiswa berdasarkan trend fashion dalam perspektif ekonomi Islam dan konvensional?
2. Bagaimana prinsip-prinsip konsumsi mahasiswa berdasarkan trend fashion dalam perspektif ekonomi Islam dan konvensional?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kecenderungan motif dan tujuan konsumsi mahasiswa berdasarkan trend fashion perspektif ekonomi Islam dan Konvensional.
2. Untuk mengetahui prinsip-prinsip konsumsi mahasiswa yang mengikuti trend fashion perspektif ekonomi Islam dan Konvensional.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
Menambah khazanah keilmuan berkaitan dengan teori konsumsi dalam kajian Islam serta teori konsumsi dalam kajian konvensional.

2. Manfaat praktis

- a. Agar dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan bagi para mahasiswi dalam mengkonsumsi berbagai komoditas terutama fashion.
- b. Agar dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan bagi para pembuat aturan terkait busana yang diperbolehkan di kampus IAIN Ponorogo.

E. Kajian Pustaka

Hasil penelitian terdahulu yang membahas tentang konsumsi adalah penelitian yang dilakukan oleh Faiqoh yang berjudul “Gaya Berbusana Mahasiswi Fakultas *Syari’ah* dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Alumni Pondok Pesantren”. Penelitian deskriptif kualitatif ini berfokus pada persepsi mahasiswi fakultas *syari’ah* dan hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memiliki latar belakang pendidikan pondok pesantren tentang trend mode fashion dan bentuk gaya busana yang dikenakan. Peneliti mempertanyakan persepsi mahasiswi tentang trend mode fashion serta gaya berbusananya.

Hasil penelitian tersebut pada intinya adalah bahwa persepsi mahasiswi terhadap trend mode fashion bermacam-macam. Persepsi pertama, mereka menganggap trend fashion sebagai perkembangan zaman yang lebih baik dan maju sehingga bisa membuat penampilan lebih modis dan gaul yang harus diikuti. Persepsi kedua, trend fashion saat ini memang

bagus dan mudah didapatkan, akan tetapi dalam mengkonsumsi harus tetap pilih-pilih karena tidak semua trend fashion tersebut sesuai dengan syari'at Islam. Persepsi ketiga, menganggap bahwa trend mode pakaian hanya sebatas fashion saja yang tidak perlu diikuti, apalagi sebagai seorang alumni pondok pesantren harus tetap mempertahankan identitasnya sebagai seorang muslimah sejati.¹⁶

Sedangkan bentuk busana yang dikenakan pun dapat digolongkan kedalam tiga jenis. Pertama, kelompok yang selalu mengikuti trend fashion secara utuh demi penampilan yang fashionable. Kedua, kelompok yang mengikuti trend fashion dengan tetap memperhatikan kriteria syar'i. Sehingga kelompok ini tetap dalam kategori modis dan gaul akan tetapi masih sopan dan sesuai syari'at Islam. Kelompok ketiga, mereka adalah mahasiswi yang tidak mengutamakan trend mode fashion. Mereka lebih mengutamakan pakaian sebagai penutup aurat. Sehingga trend mode fashion tidaklah harus diikuti.¹⁷

Penelitian lain yang pernah dilakukan terkait konsumsi adalah penelitian yang dilakukan Tiyas Purbaningrum yang berjudul "Pola Konsumsi Produk Fashion di Kalangan Pelajar Putri (Studi Deskriptif Kualitatif di SMA Negeri 7 Surakarta)". Penelitian ini bercorak deskriptif kualitatif. Fokus bahasannya adalah pola konsumsi yang dilakukan serta faktor-faktor yang mempengaruhi. Hasil penelitian tersebut pada intinya

¹⁶ Faiqoh, "*Gaya Berbusana Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Alumni Pondok Pesantren*" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013), 84.

¹⁷ Ibid., 85.

menyatakan bahwa pola konsumsi produk fashion dikalangan pelajar putri SMA Negeri 7 Surakarta cukup tinggi dan mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya faktor lingkungan, faktor psikologis, faktor ekonomi dan faktor media informasi.¹⁸

Penelitian lain yang membahas tentang konsumsi adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri Rizqiningsih pada tahun 2013 berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Hal Trend Jilbab Perspektif Teori *Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Syari’ah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 Iain Walisongo Semarang)*”. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian tersebut terfokus pada makna jilbab bagi para mahasiswi serta perilaku konsumsi para mahasiswa ditinjau dari teori konsumsi Islam. Hasil penelitian tersebut di antaranya adalah makna jilbab bagi para mahasiswi telah mengalami pergeseran. Makna jilbab yang dijelaskan oleh informan adalah jilbab yang dapat menutup aurat, walaupun aurat yang mereka pahami hanya sebatas dada. Dan awal mereka menggunakan jilbab adalah karena tuntutan, tetapi saat ini beberapa informan telah memahami dan menyadari apa sebenarnya kegunaan jilbab.¹⁹

Berdasarkan studi pustaka yang dilakukan oleh peneliti tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa fokus penelitian yang akan diteliti belum pernah diteliti dalam aspek motif dan tujuan serta prinsip-prinsip

¹⁸ Tiyas Purbaningrum, “*Pola Konsumsi...*”, 95.

¹⁹ Sri Rizqiningsih, “Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas *Syari’ah* Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 Iain Walisongo Semarang)” (Skripsi, IAIN Walisongo, Semarang, 2013), 72.

konsumsinya. Sehingga masalah yang diangkat menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini termasuk jenis penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan adalah penelitian yang pencarian data serta pengumpulan datanya dilakukan di tempat terjadinya fenomena atau kasus tertentu terjadi. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.²⁰ Peneliti akan terjun langsung kelapangan guna memperoleh data yang berkaitan dengan perilaku konsumsi mahasiswi di luar kampus. Kemudian peneliti akan menjelaskan dengan detail informasi yang di dapat dari informan.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini sangat diperlukan. Karena peneliti merupakan instrumen kunci keberhasilan penelitian. Peneliti merupakan perencana, pengumpul dan penganalisa data, sekaligus menjadi pelapor dari hasil penelitiannya. Oleh karena itu penulis hadir secara langsung di tengah-tengah informan untuk

²⁰ Margono, Metodologi Penelitian (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), 108.

mengamati perilaku konsumsi mereka terhadap barang-barang fashion yang sedang trend. Kemudian peneliti juga turut hadir untuk melakukan observasi secara terang-terangan untuk memastikan dugaan-dugaan awal yang diperoleh dari pengamatan awal.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kampus pusat IAIN Ponorogo beralamat di Jl. Pramuka 156 Ponorogo, mahad IAIN Ponorogo, dan tempat-tempat di luar kampus yang biasa di gunakan oleh mahasiswi Syari'ah IAIN Ponorogo berkumpul atau melakukan pembelian terhadap komoditas fashion. Tempat-tempat diluar kampus tersebut diantaranya adalah kost-kostan informan, rumah informan, toko-toko atau butik yang sering didatangi oleh mahasiswi syari'ah IAIN Ponorogo.

4. Data dan Sumber Data

Data yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mengamati kondisi informan dalam kesehariannya di kampus. Selain itu, data primer juga diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dengan informan untuk mengetahui lebih dalam kondisi di lapangan, sehingga peneliti tidak menilai dari satu sisi. Data primer yang dimaksud adalah

data yang berkaitan dengan motif dan tujuan konsumsi serta prinsip-prinsip konsumsi mahasiswa.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder sebagai data pelengkap data primer penulis dapatkan dari buku-buku, jurnal, majalah, website atau literatur lainnya yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik-teknik pengumpulan data, yaitu:

a. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena-fenomena yang sedang diteliti.²¹ Metode ini digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data mengenai penggunaan trend fashion yang sedang 'in' oleh mahasiswa-mahasiswa.

b. Interview

Interview adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab atau wawancara langsung dengan mahasiswa-mahasiswa, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan. Dan kemudian hasil wawancara dicatat dalam bentuk transkrip wawancara.

²¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), 151.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah model pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip, dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.²² Dilaksanakan sejak peneliti melakukan observasi hingga interview secara langsung.

6. Analisis Data

Model analisis yang digunakan peneliti untuk mengatur urutan data, mengorganisasi ke dalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian.²³ Tahapan ini peneliti hanya melakukan pengambilan data-data yang berkaitan dengan konsumsi berdasarkan trend fashion. Misalnya data terkait fashion yang sedang menjadi trend, tujuan konsumsi terhadap barang tertentu oleh informan, dan lain sebagainya. Reduksi data berlangsung terus sampai laporan akhir tersusun lengkap.

²² Margono, Metodologi, 181.

²³ Basrowi dan Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 209.

b. Penyajian data (display)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan.²⁴ Dalam tahapan ini peneliti juga melakukan display (penyajian) data secara sistematis, agar lebih mudah untuk dipahami interaksi antar bagian-bagiannya dalam konteks yang utuh bukan segmental atau fragmental terlepas satu dengan lainnya. Dalam proses ini, data diklasifikasikan berdasarkan tema-tema inti.²⁵

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Peneliti membuat rumusan proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, pengelompokan data yang telah terbentuk, dan proposisi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya yaitu melaporkan hasil penelitian lengkap, dengan temuan baru yang berbeda dari temuan yang sudah ada.²⁶

Dengan demikian penarikan kesimpulan pada penelitian ini menggunakan metode induktif, yaitu diawali dengan

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid., 210.

²⁶ Ibid.

mengungkapkan fenomena khusus berkaitan dengan motif dan tujuan serta prinsip-prinsip konsumsi kemudian di analisis menggunakan teori konsumsi umum maupun Islam kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum atau general.

7. Pengecekan keabsahan data

Pada bagian ini, peneliti memberikan jaminan bahwa data dan temuan di lapangan yang dituliskan dalam laporan penelitian adalah sesuai dengan realitas yang sesungguhnya. Peneliti melakukan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, serta triangulasi (sumber dan teknik).

8. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan rencana atau deadline penyusunan skripsi mulai dari awal hingga akhir penelitian. Rencana tersebut tersusun sebagai berikut:

Tabel 1.1: Tahapan penelitian

No.	Deadline	Waktu
1.	Pengajuan judul sampai ACC judul	22 Sep 2016 - 29 Des 2016
2.	Pembuatan Proposal	30 Des 2016 – 30 Jan 2017
3.	Pengajuan Proposal	1 Feb 2017 – 15 Feb 2017
4.	Wawancara Narasumber	16 Feb 2017- 30 Mar 2017
5.	Ujian Proposal	-
6.	Pengbuatan skripsi sampai Ujian skripsi	Maret 2017 – Juni 2017

G. Sistematika Pembahasan

Penulis akan menyusun skripsi ini kedalam lima bab yang saling berkaitan. Masing-masing bab tersebut terbagi menjadi beberapa sub-sub yang kesemuanya merupakan suatu pembahasan yang utuh. Sistematika pembahasan skripsi ini di antaranya adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pola dasar dari penyusunan atau pembahasan skripsi yang berfungsi untuk menggambarkan pentingnya masalah dalam penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KONSEP KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL

Bab ini akan diuraikan tentang landasan teori mengenai konsumsi baik dalam ekonomi Islam maupun dalam ekonomi konvensional. Secara rinci pada bab ini berisi pengertian konsumsi, dasar hukum, motif dan tujuan konsumsi serta prinsip-prinsip konsumsi. Bagian-bagian pembahasan tersebut akan diuraikan dari dua sisi yaitu ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.

BAB III : PERILAKU KONSUMSI BERDASARKAN TREND FASHION OLEH MAHASISWI FAKULTAS *SYARI'AH*

IAIN PONOROGO

Bab ini memuat data hasil penelitian yang berisi tentang praktik konsumsi terhadap komoditas fashion yang menjadi trend, motif dan tujuan konsumsi serta prinsip-prinsip konsumsi yang dipegang oleh mahasiswi-mahasiswi.

BAB IV : ANALISIS EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI BERDASARKAN TREND FASHION.

Bab ini berisi analisa data lapangan menggunakan teori konsumsi baik dari perspektif ekonomi Islam dan ekonomi Konvensional. Pokok yang dibahas adalah tentang motif dan tujuan konsumsi serta prinsip-prinsip konsumsi para mahasiswi fakultas syari'ah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumsi berdasarkan trend fashion yang dilakukan para mahasiswi tersebut cenderung pada nilai-nilai ekonomi Islam atau ekonomi konvensional.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari semua bab dan hasil analisa penulis, serta saran dan kritik membangun yang diharapkan penulis.