

BAB III:
PERILAKU KONSUMSI BERDASARKAN TREND FASHION
MAHASISWI SYARI'AH IAIN PONOROGO

A. Motif dan Tujuan Konsumsi Mahasiswi Syari'ah IAIN Ponorogo

Konsumen wanita adalah salah satu segmen pasar yang potensial bagi produsen. Pola konsumsi yang terbentuk sejak berada dibangku sekolah maupun perkuliahan menjadikan mereka konsumen yang loyal dan menjanjikan untuk beberapa tahun kedepannya. Karena setelah mereka terlepas dari bangku perkuliahan konsumen wanita akan memperoleh penghasilannya sendiri melalui dunia kerja atau yang lainnya.

Dewasa ini mahasiswi-mahasiswi terlihat lebih fashionable. Baik dalam kehidupan sehari-hari (diluar kampus) atau dalam kehidupan belajar mereka di lingkungan kampus. Para mahasiswi tersebut telah menjadi konsumen yang dewasa. Dalam artian mereka telah mampu menentukan produk fashion yang sesuai tanpa pertimbangan dari orang tua masing-masing. Mereka dapat memilih fashion yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan mereka serta yang mencerminkan identitas diri para mahasiswi tersebut.

Fashion dapat diartikan sebagai mode, gaya, cara, busana, pakaian (The Contemporary English-Indonesia Dictionary, Peter Salim). Produk fashion merupakan barang-barang yang dihasilkan dari proses produksi baik berupa baju, celana, tas, sepatu, dan aksesoris lainnya yang dapat

menunjang penampilan pemakainya.¹ Dalam penelitian ini karena yang diteliti adalah mahasiswa syari'ah IAIN Ponorogo yang merupakan muslimah maka produk fashion yang dimaksud adalah segala macam barang yang dapat menunjang penampilan seorang muslimah.

Konsumen adalah penggerak utama dalam industri fashion. Karena selain sebagai pembeli ia juga merupakan penentu apakah suatu fashion dapat menjadi trend atau tidak. Sehingga dalam penelitian ini untuk memahami pandangan konsumen tentang produk fashion, penulis mewawancarai sejumlah informan. Pandangan konsumen tentang produk fashion dan pemenuhannya akan mempermudah penulis dalam mengetahui motif dan tujuan, serta prinsip-prinsip konsumsi berdasarkan trend fashion.

Pandangan informan tentang fashion, meskipun dalam bentuk redaksi yang beragam, akan tetapi dapat di golongkan menjadi tiga kelompok dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Pandangan Mahasiswi Tentang Fashion

No	Pandangan Tentang Fashion
1	Fashion itu penting untuk menunjang penampilan dan perlu perhatian khusus
2	Fashion adalah hal yang penting bagi penampilan seseorang akan tetapi dalam pemenuhannya terdapat batasan-batasan tertentu.
3	Fashion adalah gaya busana seseorang.

¹ Tiyas Purbaningrum, "Pola Konsumsi Produk Fashion...", 96-97.

Pertama adalah kelompok yang menyatakan bahwa fashion adalah sesuatu yang penting dalam menunjang penampilan seseorang dan harus menerima perhatian secara khusus. Mereka sangat memperhatikan penampilan mereka di kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan kampus maupun di luar kampus. Seperti yang diungkapkan salah seorang mahasiswi, “Fashion itu adalah kebutuhan yang harus dipenuhi karena yang pertama kali dilihat adalah penampilan seseorang”.²

Mereka menganggap penting fashion dan menempatkannya pada kebutuhan yang utama (primer). Meskipun kelompok ini berasal dari latar belakang ekonomi yang berbeda-beda. Yang artinya pendapatan yang mereka terima baik dari hasil usahanya sendiri atau pemberian orang tua mereka cukup beragam. Pendapatan yang diterima tersebut secara langsung mempengaruhi budget yang dikeluarkan tiap-tiap informan untuk kebutuhan fashion mereka, serta mempengaruhi tipe fashion yang digunakan atau diikuti para informan.

Kedua adalah kelompok yang menyatakan bahwa fashion adalah hal yang penting bagi penampilan seseorang akan tetapi dalam pemenuhannya mereka memiliki batasan-batasan tertentu. Batasan-batasan yang mereka miliki di antaranya adalah budget, model fashion, dan lain-lain. Berdasarkan batasan yang diungkapkan oleh informan, kelompok ini dapat di golongan menjadi dua. Pertama, yaitu informan yang membatasi pemenuhan komoditas fashion yang berorientasi pada nilai-nilai non-

² Lihat transkrip wawancara no: 05/W/F-1/09-V/2017

spiritual Islam. Artinya, bahwa informan membatasi konsumsi mereka dengan mendasarkan pada akal pikiran sesuai dengan pengetahuan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan, “Fashion itu penting gak penting untuk di ikuti sih mbak, kan trend fashion itu cepet berubahnya. Jadi kalo mau beli ya seperlunya aja, yang penting masih enak dilihat”.³ Kedua, yaitu informan yang membatasi konsumsi komoditas fashion mereka dengan mendasarkan pada nilai-nilai Syari’at Islam. Seperti yang diungkapkan salah seorang informan, “Fashion itu penting untuk dipenuhi tapi harus sesuai aturan Islam, selama gak melanggar batas sih gak pa pa untuk diikuti”.⁴

Ketiga adalah kelompok ini cenderung memandang fashion sebatas pada gaya busana seseorang yang meliputi baju dan hijab. Kelompok inipun dapat digolongkan ke dalam dua subkelompok berdasarkan sandaran pendapat mereka. Yang pertama informan mendasarkan pendapatnya kepada akal pikiran sesuai pengetahuan mereka seperti yang diungkapkan salah seorang informan, “Fashion itu gaya busana yang mengikuti perubahan zaman”.⁵ Yang kedua informan mendasarkan pendapatnya pada aturan syari’at, seperti yang diungkapkan salah seorang mahasiswi, “Fashion itu sesuatu untuk menutup aurat sesuai dengan tuntunan syari’at”⁶ serta “Fashion itu berguna untuk menutup aurat, pantas dan nyaman”.⁷

³ Lihat transkrip wawancara no: 09/W/F-1/10-V/2017

⁴ Lihat transkrip wawancara no: 03/W/F-1/08-V/2017

⁵ Lihat transkrip wawancara no: 11/W/F-1/23-V/2017

⁶ Lihat transkrip wawancara no: 12/W/F-1/18-V/2017

⁷ Lihat transkrip wawancara no: 07/W/F-1/09-V/2017

Meskipun demikian informan pada kelompok ketiga ini memiliki pendapat yang sama bahwa pakaian dan hijab adalah hal yang penting bagi muslimah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa fashion baik dalam arti luas ataupun sempit, para informan memiliki pendapat yang sama bahwa fashion adalah hal penting yang harus dipenuhi. Akan tetapi dalam segi pemenuhannya mereka memiliki pendapat yang berbeda.

Setelah mengetahui pandangan para mahasiswi tentang fashion penulis akan menggambarkan motif dan tujuan mahasiswi melakukan pembelian atau konsumsi terhadap komoditas fashion. Di awal telah dijelaskan bahwa motif bukanlah sesuatu yang dapat diamati, tetapi adalah hal yang dapat disimpulkan adanya karena sesuatu yang dapat kita saksikan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri orang tersebut.

Konsumen membeli suatu produk karena ingin memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Antara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah. Orang yang merasa lapar, tak perlu diberitahukan bahwa ia membutuhkan makanan. Secara naluriah ia akan mencari barang-barang yang dapat dimakan. Tetapi keinginan merupakan kebutuhan buatan, yakni kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga, tempat kerja, kelompok-kelompok sosial, tetangga dan sebagainya.⁸

⁸ Basu Swastha, Manajemen Pemasaran..., 25.

Sehingga untuk memahami motif dan tujuan konsumsi mahasiswi terhadap komoditas fashion yang sedang trend akan dipaparkan kegiatan-kegiatan harian mahasiswi, sumber informasi komoditas trend fashion dan pendapat mereka tentang diri mereka sendiri di lingkungan pergaulannya. Seluruh informan penelitian ini adalah mahasiswi jurusan Syari'ah di IAIN Ponorogo. Sehingga dari segi kegiatan harian mereka hampir sama, maka pembahasan akan digabung menjadi satu. 30 mahasiswi yang berhasil penulis temui berusia antara 19-23 tahun dan berasal dari berbagai kelas ekonomi.

Para mahasiswi tersebut ketika ditanya tentang kegiatan harian mereka, semua informan menjawab kegiatan kampus sebagai kegiatan utama mereka. Akan tetapi disamping kegiatan di kampus mereka juga memiliki kegiatan diluar kampus, seperti bekerja partime, kegiatan di rumah, kegiatan organisasi luar atau jalan-jalan. Kegiatan kampus diisi dengan kuliah di dalam kelas, mengerjakan tugas, organisasi atau pun sekedar kumpul-kumpul dengan teman.

Informan yang masih berada di semester 2, 4 dan 6 menyebutkan bahwa mereka mengisi jam kosong atau waktu jeda antar jam mata kuliah dengan mengerjakan tugas apabila ada tugas dari dosen. Bila tidak ada maka mereka biasa berkumpul bersama teman, bergabung di kegiatan organisasi, memilih pulang ke kost atau ke rumah. Sedangkan semester 8 yang sedang aktif mengerjakan skripsi kegiatan harian mereka di kampus adalah pergi ke

perpustakaan, konsultasi dengan dosen atau kumpul dengan teman-teman seangkatan.

Sedangkan kegiatan di luar kampus mereka isi bekerja partime, kegiatan di rumah, kegiatan organisasi luar atau jalan-jalan. Para mahasiswi tersebut bekerja sampingan untuk mengisi waktu luang diluar kampus, mendapatkan uang saku tambahan dan untuk meringankan beban orang tua. Beberapa pekerjaan yang dilakukan adalah sebagai pegawai toko, pengajar TPQ, pengajar pramuka, pengajar les dan penjual online. Pada waktu-waktu tersebutpun terjadi penyebaran informasi tentang fashion yang sedang trend.

Kegiatan kumpul-kumpul bersama teman-teman dilakukan di beberapa tempat. Kampus, tempat-tempat makan, tempat kerja, rumah kost dan tempat-tempat berkumpulnya anak muda adalah tempat-tempat yang digunakan para mahasiswi tersebut untuk mengisi waktu baik ketika di kampus atau diluar kampus.

Waktu berkumpul bersama teman-teman ini menjadi waktu terjadinya penyebaran informasi. Berbagai informasi, termasuk informasi tentang fashion yang sedang trend atau '*in*' saat itu. Keberadaan teman sepergaulan yang berkerja sebagai penjual online juga menjadi faktor cepatnya penyebaran informasi tentang fashion tersebut. Ditambah lagi adanya beradaan group-group di sosial media sebagai media promosi para penjual online menyebabkan tersebarnya informasi dengan cepat. Dengan demikian media sosial dan teman sepergaulan menjadi sarana penyebaran informasi trend fashion di kalangan mahasiswi syari'ah IAIN Ponorogo.

Selanjutnya penulis akan memaparkan pendapat informan tentang diri mereka dan bagaimana mereka ingin tampil di lingkungan pergaulannya. Untuk menggali data tersebut penulis menggunakan tehnik proyektif dengan menggunakan tes asosiasi kata. Informan diminta untuk melanjutkan kalimat. Kalimat tersebut adalah “saya termasuk orang yang...”, para informan tersebut memiliki beragam jawaban. Di antara jawaban-jawaban tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2 Tes Asosiasi Kata Pertama

No	Kriteria
1	Kurang bisa mengatur waktu
2	Simple dan sederhana
3	Boros dan suka belanja
4	Hitung-hitungan
5	Percaya diri
6	Apa adanya

Jawaban yang mendominasi adalah bahwa para mahasiswi tersebut mayoritas menilai diri mereka sebagai orang yang simple dan sederhana. Ketika peneliti menanyakan lebih lanjut tentang makna simple dan sederhana, mereka menjawab bahwa yang mereka maksud adalah tentang cara mereka berpenampilan.

Kemudian untuk menggali data tentang bagaimana para informan tersebut ingin tampil atau menampakkan citra diri mereka di dalam lingkungan pergaulan, penulis menggunakan metode yang sama, yaitu

dengan mengajukan kalimat yang harus diisi atau dilanjutkan oleh informan. Kalimat tersebut adalah “ saya akan puas jika saya tampil...”. Jawaban dari informan pun beragam. Berikut ini adalah jawaban dari para informan tersebut.

Tabel 3.3 Tes Asosiasi Kata Kedua

No	Kriteria
1	Puas tampil kekinian, trendy, up to date dan tidak ketinggalan zaman.
2	Rapi dan simple tapi tidak norak.
3	Sederhana dan apa adanya.

Setelah melakukan kedua tes tersebut, penulis secara langsung menanyakan kepada informan tentang motivasi mereka mengkonsumsi komoditas trend fashion. Terdapat beberapa macam jawaban. 21 informan menyatakan mengkonsumsi komoditas fashion karena kebutuhan. 6 informan menyatakan mengkonsumsi komoditas fashion karena untuk menunjang penampilan dan agar tidak ketinggalan zaman. Sedangkan sisanya yaitu 3 orang menyatakan mengkonsumsi komoditas fashion karena keinginan.

Dari ketiga data di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi tidak secara mutlak mempengaruhi motivasi seseorang melakukan konsumsi komoditas trend fashion. Karena latar belakang pendidikan dan juga pendapatan mereka berpengaruh pada motif konsumsi mereka. Akan tetapi secara garis

besar saling berhubungan. Motivasi masing-masing kelompok persepsi dijelaskan sebagai berikut:

1. Kelompok pertama secara garis besar menyatakan bahwa mereka ingin tampil rapi, simple trendy, kekinian, up to date dan tidak ketinggalan jaman. Akan tetapi mereka tetap mempertimbangkan gaya mereka masing-masing sesuai dengan karakter mereka dan bagaimana mereka ingin menampakkan citra dirinya di hadapan masyarakat. Atau secara sederhana mereka ingin menunjukkan dirinya atau memperkuat karakter mereka dengan fashion yang dikenakannya. Bahkan beberapa informan dari mahasiswi pada kelompok ini mengaku ingin menjadi trend setter bagi teman-temannya.
2. Kelompok kedua, mereka termotivasi mengkonsumsi komoditas fashion karena ingin tampil rapi, sederhana, apa adanya, kekinian, trendy dan tidak ketinggalan jaman. Artinya mereka tetap memperhatikan trend fashion yang sedang 'in' dan ingin menampakkan citra diri mereka dihadapan masyarakat. Perbedaannya dengan kelompok pertama adalah bahwa pada kelompok ini, beberapa memiliki keterbatasan anggaran sehingga mereka tidak bisa leluasa untuk bergerak di pasar fashion. Sedangkan sebagian lainnya, meskipun mereka memiliki anggaran yang cukup akan tetapi mereka lebih memilih untuk bersikap tidak terlalu fanatik terhadap fashion karena mereka memiliki pengetahuan agama dan latar pendidikan madrasah serta pondok pesantren.

3. Kelompok ketiga, mereka melakukan konsumsi komoditas fashion karena ingin menampilkan citra diri mereka melalui busana yang dikenakan.

Setelah mengetahui motivasi para mahasiswi melakukan pembelian atau konsumsi terhadap komoditas fashion, peneliti akan memaparkan data tentang tujuan para mahasiswi mengkonsumsi komoditas fashion tersebut. Jawaban informan ketika ditanya tentang tujuan mereka mengkonsumsi komoditas fashion berbeda-beda, seperti yang tertulis dalam tabel berikut:

Tabel 3.4 Tujuan Konsumsi

No	Tujuan Konsumsi
1	Agar tidak ketinggalan zaman dan mengikuti trend.
2	Coba-coba dan senang-senang.
3	Mempercantik penampilan.
4	Menunjukkan diri apa adanya.

Beberapa informan secara tegas menjawab tujuan mereka mengkonsumsi komoditas trend fashion adalah untuk mengikuti trend yang sedang 'in' dan agar tidak ketinggalan zaman. Mereka mengaku menerima referensi fashion dari teman-teman sepergaulannya. Setelah itu mereka melihat-lihat model fashion tersebut di sosial media milik mereka. Atau sebaliknya, mereka melihat-lihat fashion di sosial media. Barulah mereka berbagi cerita dengan teman-teman mereka.

Sedangkan mahasiswi lainnya menjawab dengan redaksi yang berbeda-beda. Ada yang membeli produk trend fashion untuk coba-coba dan senang-senang. Seperti yang diungkapkan mahasiswi-mahasiswi

berikut, “Saya beli produk yang lagi trend dengan tujuan coba-coba aja”⁹ dan “Saya beli produk yang lagi trend dengan tujuan senang-senang.”¹⁰

Ada juga mahasiswi membeli produk yang sedang trend untuk mempercantik penampilan mereka. Atau mereka menjawab dengan redaksi yang beragam yang pada intinya adalah untuk menunjukkan diri mereka apa adanya dengan membeli dan menggunakan produk fashion yang sesuai dengan diri mereka.

Tujuan mereka membeli sebuah produk atau komoditas fashion sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka ingin menampilkan citra diri di depan khalayak atau lingkungan pergaulan mereka atau motivasi masing-masing mahasiswi. Sehingga akibat adanya dorongan untuk menampakkan citra diri tersebut mereka melakukan tindakan berupa pembelian atau konsumsi komoditas trend fashion.

Ketika ditanya tentang perasaan mereka setelah membeli produk fashion yang mereka butuhkan atau inginkan jawaban mereka bermacam-macam seperti tergambar dalam tabel berikut ini

Tabel 3.5 Perasaan Konsumen Pasca Konsumsi

No	Perasaan Setelah Pembelian Komoditas Fashion	Keterangan
1	Senang, puas dan bahagia	Bila barang yang dibeli benar-benar sesuai dengan selera mereka
2	Senang dan bersyukur	Bisa beli berarti rizki

⁹ Lihat transkrip wawancara no: 15/W/F-1/18-V/2017

¹⁰ Lihat transkrip wawancara no: 17/W/F-1/18-V/2017

3	Berlebihan	Harusnya beli yang lain dulu
4	Biasa	Memang sudah sewajarnya dibeli
5	Percaya diri	-
Total		

Dari 30 informan, 23 di antaranya menjawab mereka merasa senang, bahagia dan puas setelah pembelian. Mereka menyatakan puas dengan barang yang mereka beli karena itu yang mereka butuhkan saat itu dan sesuai dengan keinginan mereka. Akan tetapi, kadang kala mereka menyesal pasca melakukan pembelian, karena setelah dilihat ulang barang tersebut tidak benar-benar cocok dengan selera mereka. Perasaan menyesal tersebut terkadang juga disebabkan mereka membeli karena spontan dan tanpa perencanaan. Kondisi yang sering terjadi adalah mereka melakukan kegiatan jalan-jalan atau sekedar mengantar teman membeli sesuatu di pusat fashion, dan mereka melakukan pembelian secara spontan karena tertarik dengan suatu produk yang ada.

B. Prinsip-Prinsip Konsumsi Mahasiswi Syari'ah IAIN Ponorogo

Prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang/kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak.¹¹ Maka secara sederhana prinsip konsumsi adalah pedoman atau pertimbangan-pertimbangan dalam rangka

¹¹ Wikipedia, "Pengertian Prinsip", dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/prinsip>, diakses tanggal 12 Juni 2017 pukul 12.04 WIB.

pembelian dan pemakaian suatu komoditas, yang dalam hal ini adalah komoditas fashion.

Dalam membelanjakan pendapatan yang diperolehnya untuk fashion, para mahasiswi tersebut memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri. Pertimbangan-pertimbangan tersebut di antaranya adalah harga barang, uang yang dimiliki, model atau desain, warna, kualitas, kenyamanan, pertimbangan butuh atau tidak, dan tempat pembelian. Dari pertimbangan-pertimbangan tersebut yang berhubungan langsung dengan pendapatan para mahasiswi adalah pertimbangan harga barang dan uang yang dimiliki.

Satu orang informan dapat memiliki beberapa pertimbangan atau batasan-batasan tertentu ketika membeli komoditas fashion. Pertimbangan-pertimbangan mahasiswi tersebut dalam membelanjakan uang yang dimilikinya untuk kebutuhan fashion tergambar dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.6: Daftar Pertimbangan Pembelian Produk Fashion Mahasiswi

No	Daftar Pertimbangan
1	Uang yang dimiliki (Budged)
2	Harga barang
3	Desain
4	Warna
5	Kualitas
6	Tempat Pembelian
7	Kenyamanan
8	Butuh atau tidak

Mereka menjelaskan bahwa anggaran atau budget adalah uang yang dapat mereka gunakan untuk kebutuhan fashion. Sedangkan harga barang adalah nilai rupiah yang harus mereka keluarkan untuk barang tersebut.

Berikut ini akan dipaparkan pendapatan mahasiswi atau uang saku mereka.

Tabel 3.7: Pendapatan/Uang Saku Informan

No.	Pendapatan/Uang Saku	Jumlah
1	<Rp 500.000	9
2	\leq Rp 500.000 - < Rp 1.000.000	18
3	\geq Rp 1.000.000	3

Pendapatan yang diterima oleh para mahasiswi tersebut berbeda-beda. Ada mahasiswi masih bergantung pada uang saku yang diberikan oleh orang tuanya. Akan tetapi mereka tetap memiliki daya beli di pasar fashion. Sebagian mahasiswi lainnya memiliki penghasilan tambahan dari kerja sampingan yang dilakukan. Pendapatan yang diperoleh para mahasiswi dari hasil usahanya sendiri, mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Sedangkan untuk kebutuhan lainnya seperti biaya kuliah, buku ataupun tempat kost sudah ditanggung orang tua masing-masing. Mahasiswi yang memiliki penghasilan tambahan sendiri mengatakan lebih nyaman membelanjakan uangnya untuk kebutuhan yang mereka inginkan. Karena mereka merasa memiliki atas penghasilannya sendiri dan berhak untuk membelanjakannya. Berikut ini adalah anggaran yang disiapkan mahasiswi untuk kebutuhan fashion mereka:

Tabel 3.8 Anggaran Fashion Informan

No	Anggaran untuk Fashion	Jumlah
1	≤ Rp 100.000	9
2	>Rp 100.000 - <Rp 300.000	17
3	>Rp 300.000	4

Berdasarkan kedua hal tersebut terdapat dua kelompok pembelian mahasiswi yaitu sebagai berikut:

1. Kelompok yang bersedia membayar barang dengan harga berapapun asalkan memiliki kecukupan anggaran. Kelompok ini berpendapat bahwa harga akan berbanding lurus dengan kualitas barang.
2. Kelompok yang tidak bersedia membeli bila harga barang tidak cocok meski mereka mempunyai uang untuk pembelian tersebut. Dan mereka juga tidak akan melakukan pembelian bila tidak memiliki anggaran. Seperti yang diungkapkan seorang mahasiswi berikut:

“Kalo budged memang uang yang saya keluarkan untuk fashion mbak. Kalo harga barang ya sama-sama uang yang saya keluarkan. Misale, ada kemeja yang saya mau harganya Rp 200.000, saya punya uang segitu. Tapi saya gak mau beli, soalnya ya kemeja dengan harga segitu berlebihan banget buat saya.”¹²

Pertimbangan lain yang dilakukan oleh para mahasiswi tersebut adalah model produk fashion yang akan mereka beli. Di antara produk-produk fashion yang memiliki model paling variatif adalah fashion jilbab

¹² Lihat transkrip wawancara no: 20/W/F-2/15-VII/2017

dan pakaian. Kedua barang tersebut juga memiliki perkembangan yang paling cepat di antara produk fashion yang lain.

Para mahasiswi ketika ditanya berkaitan dengan gaya berbusana mereka di kampus dan di luar kampus, mayoritas dari mereka mengatakan bahwa gaya berbusana mereka di kampus berbeda dengan busana mereka di luar kampus. Gaya berbusana mereka di kampus telah diatur dan dibatasi dalam kode etik perguruan tinggi IAIN Ponorogo sehingga mereka harus bisa menyesuaikannya.

Beberapa gaya busana mahasiswi syari'ah IAIN Ponorogo di kampus adalah gamis panjang (bahan katun, sifon, kaos dll), celana kain, kemeja panjang, rok pensil, jilbab lebar, jilbab yang tidak menutup dada, kaos panjang. Sedangkan gaya busana mereka diluar kampus adalah rok panjang, celana pensil, rok pensil, kaos, kemeja panjang, jilbab lebar, jilbab gaul / modis, long cardigan, gamis panjang (bahan katun, sifon, kaos dll).

Ketika para informan tersebut berada di luar lingkungan kampus, banyak diantara mereka yang mengaku bahwa penampilan mereka berbeda. Ketika di rumah mereka sering kali tidak mengenakan hijab dalam kegiatannya. Mereka mengenakan hijab ketika keluar dari lingkungan mereka, misalkan ketika rapat karang taruna atau ketika mereka jalan-jalan. Seperti yang di ungkapkan S. Annisa Berikut:

“kalau di rumah saya gak pakai jilbab mbak. Saya biasanya pakai kaos pendek sama celana aja. Pakai jilbabnya pas mau jalan-jalan atau belanja

yang jauh dari rumah.”¹³ Senada dengan yang di ungkapkan oleh Lusi I., “kalau dirumah sih gak pakai jilbab mbak. Tapi kalo mau keluar-keluar atau kegiatan karang taruna ya tetap pakai jilbab. Meski style-nya beda sama kalau dikampus.”¹⁴

Lingkungan pergaulan di luar kampus pun menjadi media penyebaran informasi tentang fashion. Para mahasiswi tersebut mengaku lebih bebas mengekspresikan kegemarannya pada barang-barang fashion di luar kampus. Seperti yang diungkapkan oleh S. Anisa Berikut:

“dikampus ada aturannya sih mbak. Jadi gak bisa bebas (dalam berpenampilan). Trus ada dosen yang suka komen-komen kalo penampilannya heboh. Jadi kalau dikampus ya tetep sesuai aturan tapi tetep yang agak hits lah mbak biar gak ketinggalan zaman.”¹⁵

Selain itu ada beberapa mahasiswi yang dalam kesehariannya di luar kampus pun tetap berpenampilan islami. Akan tetapi mereka tetap memperhatikan trend fashion yang sedang ‘in’. Mereka tetap up to date terhadap fashion. Fashion yang mereka pilih adalah fashion yang islami. Yaitu berupa gamis atau dress-dress panjang serta jilbab-jilbab yang menutup dada. Seperti yang di ungkapkan Rima berikut:

“saya sukanya fashion yang sederhana terus tertutup tapi gak ketinggalan zaman. Ya kaya gamis-gamis terus jilbab-jilbab yang agak lebar gitu yang sekarang lagi trend. Kalau di rumah pakainya itu atau pas keluar belanja atau jalan-jalan. Alasannya udah biasa pakai pakaian yang tertutup

¹³ Ibid.

¹⁴ Lihat transkrip wawancara no: 06/W/F-2/09-V/2017

¹⁵ Lihat transkrip wawancara no: 20/W/F-2/15-VII/2017

dari dulu. Jadi kalau pakai yang ketat-ketat gak biasa, malah jadinya gak nyaman. Lagi pula kan perempuan itu katanya aurat jadi harus dijaga ditutup.”¹⁶

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya fashion para mahasiswi syari’ah IAIN Ponorogo di luar kampus terbagi kedalam dua kelompok. Yaitu kelompok yang mengikuti dan megenakan trend fashion tanpa mempertimbangkan nilai-nilai agama dan kelompok yang mengikuti trend fashion dengan mempertimbangkan nilai-nilai agama Islam.

Alasan kelompok pertama, mereka menyatakan bahwa penggunaan model pakaian (yang tidak sesuai) sudah biasa, lebih nyaman digunakan, sudah menjadi trend, dan dilingkungannya jarang yang berhijab. Alasan lainnya adalah para mahasiswi tersebut belum siap merubah image mereka di lingkungannya, meskipun sebenarnya mereka mengetahui bahwa dalam hal berpakaian dan berpenampilan, agama Islam dalam ayat-ayat al-Qur’an telah memberikan tuntunan yang jelas tentang mmenutup aurat.

Sedangkan alasan kelompok kedua adalah mereka lebih nyaman menggunakan pakaian yang tertutup, karena lebih menampilkan sisi feminim diri mereka, sudah terbiasa mengenakan pakaian yang Islami sejak di masa pendidikan sebelumnya, anjuran dari orang tua dan lain sebagainya. Akan tetapi dari semua alasan tersebut mereka menyadari bahwa berbusana tertutup adalah kewajiban bagi mereka sebagai seorang muslimah.

¹⁶ Lihat transkrip wawancara no: 14/W/F-2/18-V/2017

Selain pertimbangan-pertimbangan di atas, peneliti juga menggali data terkait dengan konsumsi sosial mereka. Konsumsi sosial yang dimaksud adalah zakat, infaq dan sedekah. Zakat bagi mahasiswi yang pengkasilannya telah mencapai nisab. Atau infak dan sedekah sebagai wujud konsumsi untuk tujuan akhirat bagi mahasiswi yang belum cukup mencapai nisab.

Untuk menggali data tersebut peneliti menggunakan gambar. Gambar tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari mahasiswi yang umum di antaranya adalah buku, makan/minum, fashion, kosmetik, dan konsumsi sosial. Gambar-gambar tersebut disusun secara acak. Kemudian penulis meminta para informan untuk mengurutkan gambar sesuai dengan kebutuhan yang mereka prioritaskan untuk dipenuhi terlebih dahulu. Jawaban informan tergambar dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.9 : Prioritas Konsumsi Sosial Mahasiswi

No	Prioritas ZIS	Jumlah Informan
1	Pertama	6
2	Kedua	10
3	Ketiga	3
4	Keempat	7
5	Kelima	4
Total		30

Dari 30 Mahasiswi, 6 orang mahasiswi menempatkan ZIS pada tempat yang pertama dari urutan gambar. 10 orang mahasiswi meletakkan ZIS pada posisi kedua dalam daftar prioritas mereka. Sedangkan yang lainnya menempatkan pada posisi ketiga, keempat dan kelima.

Dari tes tersebut peneliti secara tidak langsung juga mengetahui bahwa sebelum melakukan pembelian atau konsumsi para mahasiswi tersebut melakukan ordering. Yaitu pengurutan dan penilaian terhadap barang dan jasa yang mampu memberikan manfaat maupun kepuasan bagi mereka. Meskipun ketika mereka ditanya pertimbangan-pertimbangan pembelian tidak semua informan menjawab mempertimbangkan kebutuhannya.