

BAB IV :

ANALISIS EKONOMI ISLAM DAN KONVENSIONAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI BERDASARKAN TREND FASHION

A. Analisis Motif Dan Tujuan Konsumsi Trend Fashion Mahasiswi IAIN Ponorogo

Mahasiswi IAIN Ponorogo berdasarkan persepsi mereka terhadap trend fashion terbagi kedalam tiga kelompok. Pertama, kelompok yang menganggap fashion kebutuhan yang penting dan harus diperhatikan. Kedua, kelompok yang menyatakan bahwa fashion adalah hal penting tetapi pemenuhannya terdapat batasan-batasan. Ketiga, kelompok yang memandang fashion secara sempit yaitu sebatas pada gaya busana seseorang. Ketiganya memiliki kesamaan yaitu bahwa fashion merupakan suatu hal penting yang harus dipenuhi. Meskipun dalam segi pemenuhannya mereka memiliki pendapat yang berbeda.

Persepsi mahasiswi IAIN Ponorogo tentang fashion tersebut secara tidak langsung mempengaruhi motivasi masing-masing kelompok dalam mengkonsumsi komoditas fashion. Kelompok pertama adalah bahwa mereka ingin tampil rapi, simple trendy, kekinian, up to date dan tidak ketinggalan jaman dengan mempertimbangkan gaya mereka masing-masing sesuai dengan karakter dan bagaimana mereka ingin menampilkan citra dirinya di hadapan masyarakat. Kelompok kedua adalah mereka termotivasi mengkonsumsi komoditas fashion karena ingin tampil rapi, sederhana, apa

adanya, kekinian, trendy dan tidak ketinggalan jaman. Perbedaannya dengan kelompok pertama adalah bahwa kelompok ini memiliki keterbatasan anggaran dalam hal fashion atau mereka memiliki latar belakang pendidikan agama yang mempengaruhi konsumsinya. Kelompok ketiga, termotivasi melakukan konsumsi terhadap komoditas fashion untuk menunjukkan citra diri melalui busana yang mereka kenakan.

Konsep konsumsi dalam ekonomi umum dan ekonomi Islam berbeda. Salah satu pembeda antara konsep ekonomi umum dan ekonomi Islam adalah dari segi motif konsumsi. Motif konsumsi antara lain adalah adanya keinginan dan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Dalam ekonomi umum antara keinginan dan kebutuhan tidak dibedakan secara spesifik. Selama pemenuhan keinginan ataupun kebutuhan tersebut tidak melebihi anggaran maka konsumsi boleh saja dilakukan.

Sedangkan dalam konsep ekonomi Islam antara keinginan dan kebutuhan dibedakan secara spesifik. Pemenuhan kebutuhan wajib dipenuhi karena kebutuhan berasal dari fitrah manusia. Sedangkan pemenuhan keinginan harus dibatasi dan dikendalikan karena keinginan bersumber dari hawa nafsu manusia. Keinginan sifatnya subjektif sedangkan kebutuhan bersifat objektif. Ukuran keinginan adalah preferensi dan selera sedangkan ukuran kebutuhan adalah fungsi.

Perbedaan lainnya adalah dalam hal istilah konsep tingkat kebutuhan manusia. Dalam ekonomi umum dikenal dengan istilah kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Sedangkan dalam istilah ekonomi Islam dikenal

dengan kebutuhan *ḍharuriyyah*, *hajiyyah*, dan *takmilīyah* atau *taḥsinīyat*. Dalam tata kebutuhan primer, sekunder dan tersier semua konsumsi dengan motif apapun diakui dalam konsep ini, baik kebutuhan utilitarian maupun hedonis. Sedangkan dalam konsep kebutuhan *ḍharuriyyah*, *hajiyyah* dan *taḥsinīyat* hanya konsumsi yang mendatangkan dan meningkatkan manfaat saja yang diakui.

Sebanyak 21 mahasiswi yang menjadi responden menempatkan fashion dalam kategori kebutuhan primer (primary needs). Dan 3 mahasiswi menempatkan fashion dalam kebutuhan sekunder. Dan 6 mahasiswi menempatkan kebutuhan trend fashion dalam kategori *ḍharuriyyah* dan *hajiyyah*. Mereka menempatkan trend fashion berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap konsep kebutuhan manusia.

Faktor adanya kebutuhan yang dirasakan oleh mahasiswi terhadap komoditas fashion terbagi menjadi dua. Yaitu faktor dari luar dan faktor dari dalam. Faktor dari luar yang mempengaruhi gaya fashion mahasiswi IAIN Ponorogo adalah banyaknya media yang menampilkan komoditas fashion terbaru, seperti intagram, facebook, dan lain-lain. Dalam media-media tersebut menampilkan foto produk yang menarik perhatian. Ditambah lagi dengan spesifikasi barang yang jelas. Sehingga orang yang melihat menjadi tertarik untuk melakukan pembelian. Faktor luar lain yang mempengaruhi di antaranya adalah keberadaan kelompok-kelompok sosial, lingkungan keluarga, kelompok referensi dan lain-lain.

Sedangkan faktor dari dalam yang mendorong seseorang untuk melakukan konsumsi terhadap komoditas fashion adalah fungsi dasar dari barang-barang tersebut. Misalnya, baju sebagai pelindung tubuh, sepatu sebagai alas kaki dan lain sebagainya. Pembelian terhadap barang-barang berdasarkan fungsinya tersebut dalam terminologi konsumsi umum dinamakan pemenuhan kebutuhan utilitarian. Yaitu pembelian di dasarkan pada nilai guna suatu barang.

Berdasarkan data hasil wawancara bahwa mahasiswi yang mengatakan bahwa fashion adalah kebutuhan primer, yang artinya apabila tidak terpenuhi akan mengancam kehidupan mereka. Namun dalam pemenuhan kebutuhan primer ini tidak sesederhana yang mereka katakan. Pada kenyataannya terdapat faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi.

Para mahasiswi melakukan pembelian terhadap produk fashion yang sedang trend dengan alasan yang berbeda-beda. Alasan-alasan ketiga kelompok yang dijelaskan di bab sebelumnya tersebut di antaranya adalah keinginan untuk tampil trendy dan kekinian, tampil sesuai dengan citra diri mereka, tampil sesuai dengan lingkungan pergaulan mereka dan agar tampil percaya diri serta alasan-alasan lainnya. Pada dasarnya kesemua alasan tersebut terbentuk karena adanya dorongan faktor psikologis.

Para mahasiswi tersebut sedang berada pada usia peralihan dari usia remaja ke usia dewasa awal. Mereka dapat dikatakan telah berada pada akhir masa pertumbuhan dan bersiap menerima kedudukan dalam

masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya.¹ Sehingga mereka melakukan usaha untuk dapat setara dengan lingkungannya. Salah satu bentuk usaha tersebut adalah dengan mengikuti trend fashion yang sedang 'in' dikalangan mereka. Sikap tersebut dalam ekonomi umum dapat pula dikatakan sebagai bentuk pemenuhan terhadap kebutuhan ekspresive atau hedonik psikologis.

Motif yang demikian dalam kajian ilmu ekonomi umum tidaklah dilarang. Asalkan dalam pemenuhannya tidak melebihi batas anggaran yang dimiliki oleh masing-masing individu. Mahasiswi-mahasiswi tersebut menyatakan bahwa mereka tidak akan membeli suatu produk fashion apabila mereka tidak memiliki kecukupan anggaran.

Sedangkan dalam konsumsi Islam pembelian yang didasarkan pada manfaat barang, masuk dalam kategori pemenuhan kebutuhan bukan keinginan. Dan apabila pembelian barang tersebut tidak dilakukan dapat mengancam lima hal yang dilindungi dalam Islam, maka pemenuhan barang tersebut berada pada tingkatan *dharuriyyah*. Dan apabila pembelian tersebut dapat melengkapi atau menguatkan lima unsur yang dilindungi Islam maka pemenuhan tersebut bersifat hajiyyat. Tetapi jika pembelian tersebut tidak hanya melengkapi dan menguatkan lima unsur yang dilindungi Islam, akan tetapi berada pada tingkat diperbaiki dan diperindah maka pemenuhan tersebut bersifat *tahsinīyat*.

¹PBA UIN Malang, "Psikologi Perkembangan Dewasa Dini", dalam http://pbauinmalang14.blogspot.com/2015/06/psikologi-perkembangan-dewasa-dini-18_9.html, diakses pada 2 Juni 2017 Pukul 10.23 WIB.

Konsumsi terhadap trend fashion harus dilakukan dengan hati-hati, dengan mengendalikan keinginan-keinginan yang timbul. Karena komoditas trend fashion memiliki jangka waktu yang singkat untuk berganti-ganti. Sehingga apabila konsumsi didasarkan pada hal yang demikian tanpa sifat hati-hati maka konsumen akan jatuh pada sikap yang konsumtif. Dan sikap yang konsumtif dalam Islam sangat dilarang karena telah melanggar larangan berlebih-lebihan.

Konsumsi yang ideal menurut Islam harus dilandasi adanya kebutuhan dan harus dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual konsumennya. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia dari pada makhluk-makhluk lainnya, misalnya, baju sebagai penutup aurat, sepatu sebagai pelindung kaki, dan sebagainya.

Alasan pertama suatu trend fashion dikonsumsi adalah fungsi asalnya. Apabila hal ini menjadi alasan utama dalam konsumsi maka motif konsumsinya adalah karena kebutuhan. Namun, tingkatan kebutuhan yang terpenuhi baru kebutuhan *ḍharuriyyah* saja. Yang artinya lima unsur dasar (agama, jiwa, akal, keturunan dan harta) baru sedikit saja terlindungi. Alasan konsumsi yang para mahasiswi tersebut ungkapkan secara tidak langsung, sebenarnya mereka telah memenuhi kebutuhan *ḍharuriyyah* nya. Akan tetapi hal ini berlaku dengan catatan khusus bahwa tidak ada hal lain yang merusak fungsi dasar dari komoditas fashion tersebut. Misalnya dalam

hal fashion busana yang dikenakan benar-benar berfungsi secara sempurna sebagai penutup aurat.

Alasan-alasan yang mereka ungkapkan di atas baik pada kelompok pertama kedua dan ketiga, dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

1. Mempertahankan citra diri mereka.
2. Tampil kekinian/ trendy /up to date/ tidak ketinggalan jaman.

Di awal telah dijelaskan bahwa keinginan adalah terkait dengan hasrat manusia atau berupa harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Dan demi mempertahankan citra diri maupun untuk tampil kekinian, tiap-tiap mahasiswi memiliki gaya yang berbeda-beda. Hal ini merupakan akibat dari adanya keberagaman keinginan. Karena ukuran keinginan adalah selera. Contoh keinginan misalkan adalah warna, desain, dan lain-lain. Kedua alasan atau motif yang diungkapkan mahasiswi tersebut masuk dalam kategori keinginan. Karena dengan mengkonsumsi suatu trend fashion yang dengan desain yang saat itu menjadi trend atau dengan mengkonsumsi fashion dengan warna yang berbeda tidak akan menambah manfaat dasarnya.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk

kepentingan manusia.² Seperti yang tertulis dalam Surat Al Baqarah ayat 29 sebagai berikut.:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dialah (Allah) yang menciptakan semua yang ada di bumi ini untukmu, dan Dia berkehendak menuju langit, lalu dijadikannya tujuh langit. Dan dia maha mengetahui segala sesuatu”³

Yang menjadi pertanyaan sekarang adalah “apakah kedua alasan tersebut masuk dalam kategori meningkatkan martabat manusia?”. Al Yasa’ Abubakar dalam bukunya “Metode Istishlahiyah Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dalam Ushul Fiqh”, memaparkan contoh tingkat kebutuhan manusia dalam Islam. Keperluan rumah yang bersifat *dharuriyyah* karena manusia perlu untuk berlindung dari cuaca atau dari serangan binatang buas dan lain-lain, tempat yang masuk dalam kategori *dharuriyyah* untuk memenuhi kebutuhan dasar di atas tidak musti rumah yang dibuat dari kayu, atau batu yang kokoh akan tetapi tenda atau pondok yang seadanyapun dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar, karena manusia dapat berlindung di dalamnya walaupun dengan cara yang sederhana dan boleh jadi sama sekali tidak memberikan kemudahan dan kenyamanan. Jadi keperluan rumah yang dibuat secara khusus dengan dinding dan atap yang kuat serta lantai yang hangat yang dibagi kepada kamar-kamar dengan fungsi dan kegunaan yang berbeda masuk dalam

² P3EI, *Ekonomi Islam*, 131.

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an...*, 5.

kategori hajiyyat.⁴ Sedangkan penggunaan lampu rumah, pemasangan jam dinding, pemasangan AC merupakan contoh *taḥsiniyyat* dalam sebuah rumah.

Ilustrasi tersebut dapat pula ditarik untuk menganalisis motif konsumsi trend fashion mahasiswa dapat dikategorikan dalam kebutuhan *ḍharuriyyah*, *hajiyyat* atau *taḥsiniyyat*. Kebutuhan dasar seorang mahasiswa muslimah yang menuntut ilmu adalah hadir di majelis ilmu dengan pakaian tertutup (menutup aurat). Cara menutup aurat tersebut tidak harus menggunakan kain tebal berkualitas. Sehingga kebutuhan menutup aurat tersebut terpenuhi secara sederhana untuk menghadiri majelis ilmu. Untuk memperbaiki dan menguatkan keadaan tersebut, mahasiswa membutuhkan pakaian yang tebal dan halus, ditambah dengan seperangkat alat tulis, buku, tas dan sepatu. Barang-barang tersebut berada pada tingkat hajiyyat, yang memperbaiki dan menguatkan kondisi seseorang yang mencari ilmu. Seseorang dapat pula menambahkan aksesoris seperti pemberian saku pada pakaian, tas dengan banyak tempat, atau membentuk model yang praktis. Hal ini merupakan bentuk perbaikan kebutuhan *ḍharuriyyah* dan hajiyyat sebelumnya.

Sehingga apabila motif konsumsi mahasiswa adalah untuk meningkatkan citra diri di hadapan masyarakat atau mengikuti trend fashion agar tidak ketinggalan zaman, maka dapat dikatakan bahwa motif tersebut

⁴Muklasih, “*Dharuriyyat, Hajiyyat Dan Tahsiniyyah Asy-Syatibi*”, dalam <http://muklasihaha.blogspot.com/2015/01/dharuriyyat-hajiyyat-dan-tahsiniyyat-asy.html>, diakses pada 05 Juni 2017 pukul 12.01 WIB.

berasal dari keinginan manusia. Karena untuk meningkatkan martabat manusia adalah dengan jalan mengikuti petunjuk agama. Berperilaku sesuai dengan petunjuk agama dalam hal konsumsi komoditas fashion adalah dengan mengikuti petunjuk konsumsi dan tidak melanggar batasan-batasan yang ada.

Apabila dalam kajian konsumsi umum batasannya hanya pada anggaran, maka dalam aturan konsumsi Islam tidak hanya itu. Aturan-aturan tersebut meliputi konsumsi yang halal lagi baik, serta tidak bersikap *isrāf* maupun *tabdhīr*. Hal ini akan dijelaskan kemudian pada bagian prinsip-prinsip konsumsi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, dalam ekonomi umum, motif konsumsi mahasiswa IAIN Ponorogo adalah pemenuhan kebutuhan atau keinginan. Fashion berdasarkan fungsi asalnya merupakan kebutuhan primer. Akan tetapi keinginan-keinginan psikologis yang timbul, menempatkan fashion sebagai kebutuhan sekunder (*secondary needs*). Kebutuhan sekunder ini apabila tidak terpenuhi pun tidak menyebabkan terancamnya kehidupan seseorang.

Sedangkan dari sisi konsumsi Islam, motivasi konsumen melakukan konsumsi terhadap komoditas trend fashion adalah adanya keinginan. Keinginan tersebut harus dikendalikan agar tidak mengakibatkan kerusakan pada ruhaniyah spiritual seseorang.

Setelah mengetahui motif mahasiswa mengkonsumsi komoditas trend fashion, maka pembahasan selanjutnya adalah tujuan konsumsi mahasiswa

IAIN Ponorogo. Para mahasiswi memiliki tujuan-tujuan tertentu dalam melakukan konsumsi komoditas trend fashion. Ketika mereka ditanya tentang tujuan mereka melakukan konsumsi, mereka menjawab dengan jawaban yang berbeda-beda yaitu untuk mengikuti trend agar tidak ketinggalan zaman, sekedar coba-coba dan senang-senang, untuk mempercantik penampilan dan untuk menunjukkan diri mereka apa adanya. Namun esensinya adalah bahwa mereka akan merasakan perasaan puas, senang, dan bahagia setelah mereka dapat mempercantik penampilan, mengikuti trend dan lain sebagainya.

Dalam teori konsumsi umum tujuan konsumsinya adalah untuk mencapai kepuasan atau kesejahteraan maksimum. Kepuasan atau kesejahteraan tersebut dinilai dari pencapaian-pencapaian yang sifatnya duniawi. Baik hal tersebut dihitung dengan pencapaian-pencapaian yang bersifat materialistis atau di hitung dari kebahagiaan psikologis. Sehingga dari sisi ekonomi umum para mahasiswi tersebut telah mencapai tujuan konsumsinya yaitu rasa puas, senang dan bahagia.

Sedangkan dalam konsumsi Islam yang menjadi tujuan konsumsi adalah maksimum *maṣlahah*. Yang artinya adanya keseimbangan pemenuhan kebutuhan fisik maupun spiritual, yang dibatasi nilai-nilai syari'ah. Maksimum *maṣlahah* akan terpenuhi apabila lima unsur dapat dipenuhi, ditingkatkan dan diperindah. Tujuan akhirnya adalah kepuasan di dunia serta kepuasan di akhirat.

Mahasiswi-mahasiswi tersebut pada kenyataannya banyak yang belum mengetahui tentang konsep *maṣlahah* dalam konsumsi. Berdasarkan pengetahuan responden terhadap konsep *maṣlahah* dapat dibedakan menjadi tiga golongan yaitu:

1. Mahasiswi yang mengetahui konsep *maṣlahah* dalam konsumsi. Mereka mendasarkan konsumsi terhadap trend fashion orientasinya tidak hanya masa sekarang tetapi juga pertanggung jawabannya di akhirat nanti. Mereka melakukan konsumsi dengan mempertimbangkan nilai-nilai Islami. Contohnya: mereka memilih baju yang menutup aurat dengan sempurna tetapi masih memiliki desain yang kekinian. Contoh lain mereka memilih tas ransel yang lebar dari pada tas cantik dan modis untuk menunjang aktifitasnya sebagai mahasiswi. Setelah melakukan konsumsi mereka merasa senang sekaligus bersyukur. Tujuan mereka jelas yaitu maksimum *maṣlahah*. Terdapat 4 orang yang berada di kelompok ini.
2. Kelompok mahasiswi yang tidak mengetahui tentang konsep *maṣlahah*. Tujuan konsumsinya hanya dunia. Tetapi mereka mengutamakan fungsi komoditas trend fashion tersebut. Dan mempertimbangkan norma-norma kesopanan dalam masyarakat Islam.
3. Kelompok mahasiswi yang tidak mengetahui konsep *maṣlahah* dan mereka mengkonsumsi trend fashion dengan bebas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswi yang mengkonsumsi untuk tujuan di dunia dan di akhirat hanya 4 orang. Sedangkan orientasi konsumsi 26 orang lainnya hanya tujuan dunia saja.

B. Analisis Prinsip-Prinsip Konsumsi Trend Fashion Mahasiswi IAIN Ponorogo

Prinsip konsumsi merupakan rambu-rambu yang menjadi batasan konsumen antara yang boleh dan yang tidak boleh dalam melakukan pembelian untuk mencapai tujuan konsumsinya. Dalam melakukan konsumsi para mahasiswi tersebut membuat urutan atau ordering terhadap barang dan jasa yang mereka butuhkan pada saat itu. Ordering tersebut ada dalam bentuk catatan daftar kebutuhan atau hanya dalam angan-angan mahasiswi saja.

Dalam hal konsumsi terhadap komoditas fashion para mahasiswi tersebut memiliki pertimbangan-pertimbangan yang menjadi patokan dalam pembelian mereka. Pertimbangan-pertimbangan tersebut di antaranya adalah harga barang, uang yang dimiliki, model atau desain, warna, kualitas, kenyamanan, pertimbangan butuh atau tidak, dan tempat pembelian.

Dalam kajian ekonomi umum seorang konsumen dalam pendekatan kardinal diasumsikan rasional (menginginkan kepuasan maksimal), memiliki preferensi jelas akan barang dan jasa serta memiliki kendala anggaran (keterbatasan anggaran untuk mencapai tujuan konsumsi). Sedangkan dalam pendekatan ordinal seorang dalam mengkonsumsi

diasumsikan rasional, mempunyai skala preferensi dan mampu meranking kebutuhan yang dimilikinya. Kepuasan yang dirasakan konsumen dapat diurutkan dan Konsumen lebih menyukai lebih banyak barang yang dikonsumsi.⁵ Karena semakin banyak yang dikonsumsi menunjukkan semakin tingginya tingkat kepuasan yang dimilikinya.

Kriteria rasional dalam konsep konsumsi umum hanya dinyatakan dengan kepuasan dan dibatasi anggaran. Konsumen dinyatakan rasional apabila ia berusaha mendapat kepuasan maksimum dari konsumsi yang dilakukannya. Adanya keterbatasan anggaran membuat konsumen harus meranking berbagai macam kebutuhannya sesuai dengan preferensinya.

Sedangkan dalam konsep konsumsi Islam seseorang dikatakan rasional dalam konsumsinya apabila menggunakan daya yang diberikan Allah SWT berupa akal dan nalar untuk membedakan *maṣlahah* dan mudarat. Dan kemudian bertindak dengan berpegang teguh pada aturan dan kaidah syari'ah dalam berkonsumsi untuk mencapai kesejahteraan dunia dan mencapai kebahagiaan akhirat. Atau biasa disebut dengan *falah*.

Bila dinilai dari konsep konsumsi umum tersebut berarti mahasiswa IAIN Ponorogo dapat dikatakan rasional karena mereka telah mengurutkan berbagai macam kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan dan manfaat maksimal dari komoditas-komoditas tersebut. Dan melakukan pembelian terutama dalam hal fashion mereka mempertimbangkan anggaran yang

⁵ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro...*, 105.

dimilikinya. Bila mereka tidak memiliki anggaran maka mereka memilih untuk menunda pembelian atau membatalkannya.

Akan tetapi sebagian kecil lainnya mereka bersikap tidak rasional sebab mereka mengkonsumsi melebihi anggarannya. Akan tetapi mereka tidak sampai terjebak kepada kondisi berhutang karena mereka masih memiliki orang tua yang bersedia untuk menanggung kekurangan anggaran tersebut. Kemudian mereka meskipun memiliki ranking terhadap kebutuhan-kebutuhan mereka, dalam pemenuhannya mereka melampaui ranking tersebut dan cenderung mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkannya atau masih ada komoditas lain yang lebih prioritas. Hal ini disebabkan mereka termasuk pembeli spontan.

Sedangkan bila dinilai dari konsumsi Islam maka konsep rasionalitas tersebut berkaitan erat dengan batasan-batasan dalam mengkonsumsi. Batas halal dan haram, *isrāf* dan *tabdhīr*. Maka analisisnya akan digabungkan dalam satu pembahasan kemudian.

Selain rasional, seorang konsumen diasumsikan mempunyai skala preferensi. Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Seseorang selalu dapat membuat atau menyusun ranking semua situasi atau kondisi mulai dari yang paling disenangi hingga yang paling tidak disukai.⁶

⁶ Muchlisin Riadi, "Preferensi Konsumen", dalam <http://www.kajianpustaka.com/2015/11/preferensi-konsumen.html?m=1>, diakses pada 12 Juni 2017 pukul 12.10 WIB.

Kegiatan meranking dan mengurutkan kebutuhan yang akan memberikan kepuasan yang maksimum telah dilakukan oleh mahasiswi. Sebelum mengkonsumsi komoditas fashion para mahasiswi tersebut mempertimbangkan model atau desain, warna, kualitas, kenyamanan dan tempat pembelian. Mahasiswi tersebut lebih menyukai desain dan warna fashion yang sedang trend. Setelahnya mereka mempertimbangkan kenyamanan, kualitas barangnya dan tempat pembeliannya. Hal ini merupakan bentuk preferensi konsumen.

Selanjutnya adalah jumlah komoditas fashion yang dikonsumsi. Dalam konsumsi umum semakin banyak barang yang dikonsumsi semakin tinggi kepuasan yang dicapai konsumen. Kepuasan maksimum dengan pendekatan ordinal akan diperoleh konsumen dari konsumsi terhadap kombinasi barang-barang. Akan tetapi hal ini dibatasi oleh anggaran yang dimiliki. Mahasiswi IAIN Ponorogo adalah Konsumen yang masih terbatas anggarannya. Sehingga kepuasan maksimum yang diperoleh adalah pembelian sejumlah barang dalam jangkauan anggaran mereka.

Pada kelompok pertama yang memiliki daya beli terhadap komoditas fashion yang lebih tinggi dari kelompok kedua dan ketiga. Kepuasan yang diraihinya lebih banyak berasal dari komoditas fashion. Artinya dalam serangkaian a bundle of commodities jumlah barang-barang fashion akan lebih banyak dari pada barang-barang lain. Sedangkan pada kelompok kedua, yang memiliki keterbatasan anggaran, dari sisi jumlah barang-barang fashion mereka memiliki jumlah yang lebih sedikit. Kelompok kedua yang

memiliki kecukupan anggaran akan tetapi memiliki jumlah yang lebih sedikit karena kepuasan mereka didapatkan dari barang lain yang dikonsumsi. Kelompok ketiga hampir sama dengan kelompok kedua akan tetapi barang-barang fashion yang dimiliki terbatas pada busana saja.

Dengan demikian maka bila dilihat dengan teori konsumsi umum, konsumsi terhadap trend fashion yang dilakukan mahasiswa IAIN Ponorogo telah sesuai dengan asumsi-asumsi yang ada.

Konsep konsumsi Islam dalam kehidupan konsumsi mahasiswa IAIN Ponorogo yang merupakan seorang muslimah, idealnya berfungsi sebagai pedoman yang harus diikuti dan dijalankan. Di awal telah disebutkan bahwa konsep rasionalitas seorang muslimah adalah ketika seseorang menggunakan akal dan nalar untuk bertindak sesuai tuntunan syari'ah, dalam hal ini konsumsi, untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Batasan-batasan tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*ḥalāl* dan *ṭoyyib*).
2. Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
3. Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak kurang (*kikir/baḥil*), tapi pertengahan, dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.

4. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *dharuriyyah*, hajiyyah, dan takmiliyah.
5. Manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”.

Konsumsi barang yang halal dan baik ini diperintahkan Allah dalam beberapa surat dalam Surat Al-Maidah ayat 87 sebagai berikut:

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

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang Telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas*”.⁷

Dan juga yang tertulis dalam Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi...*”⁸

Komoditas fashion yang dikenakan oleh para mahasiswi IAIN Ponorogo dari segi dzatnya merupakan barang yang halal. Akan tetapi aturan halal dalam Islam tidak hanya dari dzatnya tetapi juga hal yang bukan dzatnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena dzatnya,

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an...*, 121.

⁸ *Ibid.*, 25.

karena antara lain berbahaya bagi tubuh dan tentu berbahaya pula bagi jiwa. Sedangkan pengharaman yang bukan karena dzatnya, karena antara lain memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual.⁹ Seperti yang tertulis dalam Qur'an Surat Al-Maidah ayat 3 berikut ini:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ
وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ
وَأَنْ تَسْتَفْسِمُوا بِالْأَيْدِي زَلَامٌ ذَلِكَمْ فَسَقٌ...

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu *suatu perbuatan fasik...*”.¹⁰

Dalam dunia fashion terciptanya beragam model atau desain hasil kreasi para produsen fashion menunjukkan perkembangan industri tersebut. Di antara model-model tersebut yang memiliki variasi terbanyak adalah fashion busana. Perkembangan busana membawa pengaruh yang luar biasa dalam kehidupan mahasiswi di dalam kampus terlebih lagi di kehidupan keseharian mereka di luar kampus. Islam telah menentukan aturan dalam berbusana bagi seorang muslimah, sebagaimana dijelaskan oleh Syaikh Muhammad Naşiruddin Albani dalam bukunya *Hijab al Mar'ah al Muslimah fi al Kitabi wa al Sunnah*, yaitu:¹¹

⁹Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2006), 14.

¹⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, 107.

¹¹Haya binti Mubarak Al-Barik, *Ensiklopedia...*, 150.

1. Menutup seluruh badan selain yang dikecualikan, seperti muka dan dua telapak tangan.
2. Tidak ada hiasan pada pakaian itu sendiri.
3. Kain yang tebal dan tidak tembus pandang.
4. Lapang tidak sempit. Karena pakaian yang sempit dapat memperlihatkan bentuk tubuh seluruhnya atau sebagian.
5. Tidak menyerupai busana laki-laki.
6. Tidak menyerupai pakaian orang kafir.
7. Pakaian yang tidak menyolok.

Dari segi model pakaian atau kibrat dalam berbusana mahasiswa Syari'ah IAIN Ponorogo terbagi menjadi dua yaitu yang berkibrat pada trend umum dan yang berkibrat pada trend islami. Pada kelompok yang pertama, di antara kriteria-kriteria di atas terdapat empat hal yang masih sering dilanggar dalam tata cara berpakaian mahasiswa IAIN Ponorogo di luar kampus. Yang pertama adalah menutup seluruh badan selain yang dikecualikan, mereka belum mengenakan jilbab. Kedua adalah penggunaan jilbab yang dilakukan oleh sebagian mahasiswa yang belum sesuai aturan. Aturan penggunaan jilbab harusnya menutupi dada. Seperti yang diperintahkan dalam surat Al-Nūr ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ

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*”¹².

Ketiga adalah penggunaan kain yang tebal dan tidak tembus pandang. Dan yang keempat adalah lapang dan tidak sempit. Keempat aturan inilah yang masih sering dilanggar oleh para mahasiswi IAIN Ponorogo. Sehingga dapat dikatakan bahwa para mahasiswi tersebut masih melanggar prinsip *toyyibah* yang esensinya adalah untuk melindungi moral dan spiritual konsumen. Sedangkan pada kelompok kedua yang memiliki kiblat busana yang Islami, aturan dalam berbusana mereka telah sesuai dengan syari’at Islam.

Kemanfaatan barang yang dikonsumsi juga harus menjadi pertimbangan, baik bermanfaat bagi diri sendiri ataupun orang lain. Kegunaan barang fashion paling tidak memberikan manfaat bagi pemakainya. Penggunaan barang fashion oleh mahasiswi IAIN Ponorogo sebagian responden mengabaikan kemanfaatan barang fashion yang dikonsumsinya. Sehingga berakibat pada kesulitan-kesulitan yang timbul. Sebagai contoh adalah penggunaan ‘tas cantik’ yang mengabaikan manfaat kepraktisan sebagai tempat buku, alat tulis, dan laptop bagi mahasiswi atau penggunaan ‘rok pensil’ yang membatasi ruang gerak berjalan serta memperlihatkan kulit kaki mahasiswi saat berjalan, dan contoh-contoh lain. Responden pada kelompok pertama adalah responden yang sering mengabaikan hal ini. Akan tetapi sebagian mempertimbangkan model yang praktis dan memudahkan mereka dalam beraktifitas.

¹² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’ān...*, 353.

Dari segi kuantitas barang seorang konsumen harus bersikap moderat (pertengahan) tidak boros dan tidak kikir. Dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.¹³ Seperti yang tersurat dalam Al-Qur'an surat Al-Furqān Ayat 67 berikut ini:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.¹⁴

Sikap tidak berlebih-lebihan ini dapat diartikan bahwa konsumen trend fashion tidak masuk dalam kategori konsumtif. Berikut ini adalah beberapa indikator perilaku konsumtif:¹⁵

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasan yang menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid., 365.

¹⁵ Afdhol Abdul Hanaf, Perilaku Konsumerisme pada Remaja, dalam <http://afdholhanaf.blogspot.co.id/2012/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html?m=1>, diakses pada 5 Juni 2017 pukul 09.12 WIB.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Di antara 8 kriteria di atas Mahasiswi syari'ah IAIN Ponorogo dalam mengkonsumsi komoditas fashion hanya memenuhi 3 kriteria konsumtif yaitu membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi serta membeli produk atas pertimbangan harga. Sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswi IAIN Ponorogo dalam mengkonsumsi komoditas fashion belum masuk kedalam konsumsi yang berlebih-lebihan sehingga belum dapat dikatakan sebagai konsumen yang konsumtif.

Kriteria keempat adalah seorang konsumen harus memperhatikan urutan konsep kebutuhan manusia. Dalam Islam konsep kebutuhannya adalah kebutuhan *dharuriyyat*, *hajiyyat*, dan *takmiliyyat (taḥsiniyyat)*. Ketiga kebutuhan tersebut harus berjenjang dalam pemenuhannya dan tidak boleh saling mendahului.

Pengetahuan mayoritas mahasiswi tentang konsep kebutuhan dalam Islam masih terbatas. Hanya sebagian kecil yang mengetahui dan memahami konsep kebutuhan tersebut. Akan tetapi setidaknya para mahasiswi tersebut mampu meranking tingkat kebutuhannya. Tingkat kebutuhan yang harus didahulukan karena berada pada tingkatan mendesak akan dipenuhi terlebih dahulu. Sedangkan sebagian kecil dari mereka yang memiliki kecukupan anggaran dan merupakan konsumen spontan, kadang kala melakukan konsumsi terhadap komoditas trend fashion di luar rencana

dan tidak memperhatikan tingkat kebutuhannya. Hal ini diakui responden membawa sedikit penyesalan pasca pembelian tersebut.

Kriteria yang kelima adalah manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, yaitu pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran, apalagi untuk hal-hal yang tidak mendesak.¹⁶ Penggunaan anggaran untuk komoditas fashion para mahasiswi tersebut menyatakan bahwa apabila barang yang dibutuhkan berada diluar kemampuan anggarannya maka mereka lebih memilih untuk tidak membeli. Atau menabung untuk membeli barang yang mereka butuhkan tersebut. Hanya sebagian kecil saja yang melebihi anggaran, akan tetapi tidak sampai pada kondisi berhutang karena mereka masih memiliki orang tua yang bersedia menutup kekurangan anggaran tersebut.

¹⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi...*, 158.