

Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Tren Fashion Terkini Dalam Perspektif Maqasid Syari'ah

Amin Awal Amarudin¹, Karisma Wahyu Amala², Arivatu Ni'mati Rahmatika³

^{1,2,3}Universitas KH.Abdul Wahab Hasbullah Jombang, Indonesia

Email: aaamarudin@gmail.com¹, karismawahyu25@gmail.com², arivaturahmatika@unwaha.ac.id³

Article History:

Received: 21 Maret 2025

Revised: 07 Mei 2025

Accepted: 20 Mei 2025

Keywords:

Consumer Behavior, Fashion Trends, Maqasid Sharia

Abstract: Penelitian ini menganalisis perilaku konsumen mahasiswa terhadap tren busana terkini dalam perspektif maqasid syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola konsumsi mahasiswa, faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa, dan tinjauan maqasid syariah terhadap perilaku konsumen mahasiswa dalam tren busana menurut perspektif maqasid syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang berkaitan langsung dengan objek yang diteliti. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa ekonomi Islam berperilaku pada kategori sedang sampai tinggi, hal ini menunjukkan bahwa dalam hal pola konsumsi, mahasiswa dinilai belum mampu mengelola pola konsumsi dengan baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa ekonomi Islam berperilaku konsumtif terhadap tren busana terkini secara berurutan adalah sebagai berikut: a) Mengikuti tren (44%), b) Ingin tampil beda dengan orang lain (25%), c) Untuk menarik perhatian orang lain (19%), d) Bangga karena penampilannya (13%). Tinjauan maqasid syariah terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa ekonomi Islam adalah bahwa perilaku konsumen mahasiswa terhadap fashion bukan didasarkan atas kebutuhan, akan tetapi didorong oleh adanya tren yang semakin berkembang dan karena faktor keinginan pribadi serta berbagai alasan tidak esensial lainnya, sehingga dalam hal ini tidak sesuai dengan ketentuan maqasid syariah.

PENDAHULUAN

Setiap individu memiliki kebutuhan hidup yang berbeda-beda dan mereka berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara yang beragam. Ada yang memenuhi kebutuhan

mereka secara wajar, namun ada juga yang cenderung berlebihan. Hal ini dapat menyebabkan seseorang menjadi konsumtif. Konsumtif adalah kecenderungan untuk mengkonsumsi, menggunakan, dan membeli sesuatu secara berlebihan, bahkan melebihi kebutuhan yang sebenarnya, serta mengabaikan prioritas yang seharusnya. Mahasiswa atau remaja sering menjadi target para ahli pemasaran karena mereka mudah terpengaruh oleh rayuan iklan, suka mengikuti tren teman-teman mereka, dan lebih memperhatikan citra diri mereka dengan membeli barang-barang bermerk atau yang sedang menjadi tren di lingkungan kampus agar tidak dianggap ketinggalan zaman.(Chandra kurniawan, 2017)

Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan adalah dengan menggunakan pakaian. Pakaian tidak hanya berfungsi untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai ekspresi gaya dan keinginan untuk terlihat menarik. Hal ini menunjukkan penghargaan terhadap diri sendiri. Seiring berjalannya waktu, pakaian muslimah juga telah menjadi bagian dari tren fashion di Indonesia. Pemakaian pakaian muslimah tidak hanya diminati oleh kalangan tua, tetapi juga oleh generasi muda dan bahkan anak-anak. Tren fashion muslim di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini mencerminkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berpakaian sesuai dengan aturan syari'at, yaitu menutup aurat. Dukungan dari kemajuan peradaban dan teknologi juga turut berperan dalam menghasilkan produk pakaian yang sesuai dengan perkembangan zaman.(M Anggraeni et all, 2022).

Gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam hal fashion, terutama dalam membeli pakaian, didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren dan mode yang sedang populer saat ini. Mahasiswa cenderung terpengaruh oleh iklan di televisi, majalah, media sosial, dan juga oleh penampilan teman-teman sebayanya. Kebiasaan konsumtif ini menjadi rutin bagi mahasiswa dan menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Mereka mengutamakan penampilan luar, harga diri, dan ingin terlihat sejajar dengan perkembangan di sekitar mereka.(Ulfatihar Rosakusuma,2020)

Dalam ajaran Islam, ditekankan pentingnya hidup secara proporsional dan tidak berlebihan. Gaya hidup hedonis yang cenderung konsumtif dapat membawa dampak negatif bagi individu maupun masyarakat. Konsumsi berlebihan yang melebihi kemampuan finansial dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.(Dita Afrina, 2019)

Menurut Imam Abdurrahman bin Hasan Abu Syaikh, israf adalah perbuatan yang berlebihan, boros,dan mubadzir. Berarti telah menempatkan sesuatu pada tempat yang tidak semestinya. Israf adalah segala perilaku yang tidak pantas atau melampaui norma yang berlaku dalam situasi apa pun. Misalnya, berlebihan dalam hal berpakaian, bertingkah laku, perhiasan, makanan, dan minuman, dan lain sebagainya.(Jinan Firdausiyah, 2023).

Tindakan yang berlebihan dan boros dilarang oleh etika konsumsi Islam. Selain keyakinan Islam seperti pentingnya keadilan, keimanan, dan tauhid, kebiasaan konsumsi seorang Muslim harus didorong oleh kebutuhan, bukan keinginan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, tujuan dari penulisan ini adalah untuk menggunakan pendekatan maqashid syariah untuk mengevaluasi perilaku konsumsi.(deisy risma sari,2022)

Pada Penelitian sebelumnya sudah ada yang meneliti tentang perilaku konsumtif, maka penulis mengambil gap dengan memfokuskan penelitian pada aspek perilaku konsumtif mahasiswi terhadap tren fashion terkini dalam prespektif maqasid syari'ah. Studi kasus dilakukan terhadap mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah di Unwaha Jombang. Adapun alasan peneliti memilih tema dikarenakan Unwaha Jombang telah memiliki pengalaman bertahun tahun dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat pada bidang pendidikan sehingga memiliki reputasi yang baik sebagai salah satu perguruan tinggi islam swasta di jawa timur, selain itu di Unwaha Jombang juga menyediakan program studi Ekonomi Syariah dimana mahasiswa tidak hanya

mengkaji ilmu ekonomi namun juga ilmu keislaman. Sehingga peneliti ingin mengetahui apakah mahasiswi menerapkan prinsip ekonomi yang justru mengoprasikan dengan perilaku hemat dalam pengeluaran atau sebaliknya. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik meneliti tentang **“Analisis perilaku konsumtif mahasiswi terhadap trand fashion terkini dalam prespektif maqosid syari’ah (studi kasus mahasiswi ekonomi syari’ah unwaha jombang)”**.

LANDASAN TEORI

Sumartono berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan pemakaian suatu produk secara tidak tuntas, artinya sebelum suatu produk habis, seseorang sudah pernah memakai jenis produk yang sama dari merek lain, atau membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakainya. Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan pembelian barang bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Teori perilaku konsumen Al-Ghazali menjadi landasan teori dalam penelitian ini. Al-Ghazali meyakini bahwa kebutuhan untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan demi kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia maupun akhirat harus menjadi landasan perilaku konsumen. Ia menegaskan bahwa hakikat manusia selalu mencari lebih banyak atau memperoleh apa yang diinginkannya. Al-Ghazali menjelaskan bahwa untuk mencegah konsumsi berlebihan, perilaku konsumen ini perlu lebih mempertimbangkan sisi spiritual. Misalnya, mengenakan pakaian untuk melindungi tubuh dari panas dan dingin serta menjaga kesehatan tubuh, dan menyantap makanan untuk memuaskan rasa lapar, agar dapat memenuhi kewajibannya sebagai khalifah dan kedudukannya sebagai hamba Allah.

Trend Fashion sebagaimana yang tertuang dalam buku Kamus Sosiologi karya Agung Try Haryanto, tren fashion merupakan norma tak tertulis yang memaksa masyarakat untuk mengikuti mode terkini atau mode langsung yang sedang digeluti para peneliti. Menurut Arsita, tren fashion merupakan cara penerapan model atau gaya busana dan aksesoris yang mengalami perubahan cepat seiring dengan kemajuan masyarakat. Para peneliti yang menghadirkan model terkini, menarik, dan inovatif dari masa ke masa, sama halnya dengan tren mode.

Imam al-Ghazali menegaskan bahwa tujuan syariah adalah untuk memajukan kebahagiaan manusia, yang dicapai melalui menjaga harta (mal), agama (din), jiwa (nafs), akal ('aql), dan keturunan (nasl). Kemanfaatan merupakan inti gagasan maqasid syariah. Dalam taklif Allah, manfaat dapat ditemukan dalam dua bentuk yang berbeda: bentuk hakiki, yang merupakan manfaat langsung dalam arti sebab akibat, dan bentuk majazi, yang merupakan bentuk yang mendatangkan manfaat.

Maqasid al-syariah merupakan tujuan Allah dan Rasul-Nya dalam merumuskan hukum-hukum Islam. Tujuan itu dapat ditelusuri dalam ayat-ayat Al-Quran dan Sunnah Rasulullah sebagai alasan logis bagi rumusan suatu hukum yang berorientasi kepada kemashlahatan manusia.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (field Research) yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan objek yang akan diteliti. (Sugiono, 2014). Metodologi penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Salah satu jenis penelitian yang termasuk dalam kategori penelitian kualitatif adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif didefinisikan sebagai jenis penelitian yang bertujuan untuk

menggambarkan fenomena terkini, baik yang bersifat alamiah maupun yang disebabkan oleh manusia. Perubahan, hubungan, persamaan, perbedaan, bentuk, aktivitas, dan karakteristik merupakan manifestasi yang mungkin dari fenomena tersebut. (Nana, Syaodih Sukmadinata., 2006)

Penelitian berlokasi di Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah Jombang di Jalan Garuda No.9 Tambak Rejo, Jombang. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumsi yang diterapkan mahasiswa ekonomi syariah dengan maraknya trend fashion terkini sesuai atau tidak (konsumtif) menurut perspektif maqosid syaria'h. Pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Adapun pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel di mana peneliti memilih partisipan berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel itu. (Amir, 2009) Sebanyak 153 mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah Jombang yang menjadi subjek dan informan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menggunakan pandangan Suharsimi Arikunto, yaitu apabila jumlah partisipan dalam pengambilan sampel kurang dari 100 orang, maka semua partisipan akan diikutsertakan, sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya lebih dari 100 dapat diambil antara 10%, 15% atau lebih. Peneliti mengambil 10% dari total populasi yaitu sebanyak kurang lebih 16 mahasiswa berdasarkan kriteria dari mahasiswa dalam berpakaian (fashion).

Peneliti menggunakan sumber sekunder sebagai referensi teoritis selain sumber primer ketika mengumpulkan data tentang pola konsumsi mahasiswa. Al-Quran, skripsi, jurnal, pendapat ulama, kitab Darut tarbiyah wa tuhots, dan buku-buku yang dapat digunakan sebagai referensi mengenai sikap konsumen menurut perspektif syariah merupakan salah satu sumber pustaka yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun variabel dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependent yaitu Perilaku Konsumtif (Y) dan variabel independent yaitu Tren Fashion (X). Definisi Perilaku Konsumtif diartikan sebagai tindakan pembelian barang bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. (Rima Azam, 2023). Sedangkan definisi Tren Fashion sebuah bentuk pengaplikasian dari model atau gaya berbusana dan aksesories yang dapat berubah dengan cepat, dengan perkembangan zaman. Trend fashion identik memunculkan model terbaru yang menarik dan inovatif seiring berjalannya waktu. (Maslakhatus Nisa, et al, 2022).

Analisis data kualitatif bertujuan untuk menyimpulkan informasi dari hasil wawancara, observasi, dan sumber lainnya. Hasil analisis ini kemudian disajikan sebagai temuan kepada orang lain. Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif untuk membuat gambaran yang sistematis dan faktual. Dengan menggunakan analisis model Miles dan Huberman, peneliti akan melakukan kegiatan analisis data tiga alur yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. (Sri Rochani Mulyani, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Membeli produk karena adanya hadiah

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Beli karena adanya hadiah	11	69%
2	Beli bukan karena hadiah	5	31%
	TOTAL	16	100%

Pemberian hadiah sebagai strategi promosi merupakan salah satu teknik yang sering digunakan dalam pemasaran. Hadiah dapat menjadi insentif yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen. Pemberian hadiah dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian konsumen, dimana konsumen cenderung akan lebih tertarik untuk membeli produk yang menawarkan hadiah menarik.

2. Kemasan yang menarik

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	membeli karena kemasan menarik	14	88%
2	Bukan karena kemasan yang menarik	2	13%
	TOTAL	16	100%

Dalam membeli pakaian biasanya seseorang cenderung lebih memilih produk pakaian yang mereka anggap menarik. Karena dengan desain menarik seseorang akan tertarik untuk membeli pakaian tersebut. Dalam tabel menunjukkan bahwa memang benar para mahasiswa dalam penelitian ini tertarik untuk membeli fashion karena kemasan yang menarik. Dari hasil wawancara pun menyebutkan bahwa kemasan yang menarik, unik, dan sesuai dengan citra merek dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan mendorong mereka untuk membeli.

3. Membeli produk karena menjaga penampilan gengsi

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Menjaga penampilan gengsi	6	38%
2	Bukan karena gengsi	10	63%
	TOTAL	16	100%

Gengsi membuat individu lebih suka memilih pakaian yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Dalam tabel menunjukkan bahwa sebagian kecil mahasiswa merupakan tipikal orang yang menjaga penampilan gengsi sehingga mendorong perilaku konsumtif.

4. Model Paling Update

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Modal Paling Update	9	56%
2	Bukan karena Paling Update	7	44%
	TOTAL	16	100%

Membeli produk karena modelnya paling update merupakan fenomena umum yang terjadi di masyarakat, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Hal ini terjadi karena adanya keinginan untuk selalu tampil terkini dan mengikuti trend fashion yang sedang populer.

5. Harga Yang Murah

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Harga Yang Murah	15	94%
2	Bukan karena Harga Murah	1	6%
	TOTAL	16	100%

Bagi mahasiswi atau konsumen muda, anggaran menjadi kendala utama saat berebelanja produk fashion. Harga murah menjadi solusi untuk tetap mengikuti tren tanpa terlalu membebani keuangan.

Dalam tabel menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa sangat setuju bahwa mereka tertarik untuk berbelanja karena harga yang murah. Meskipun dengan harga yang murah, mahasiswi atau konsumen muda tetap ingin tampil up-to-date sesuai tren fashion terkini.

6. Pertimbangan Kualitas

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Pertimbangan kualitas	16	100%
2	Bukan pertimbangan kualitas	0	0%
	TOTAL	16	100%

Dari hasil wawancara menyebutkan bahwa seluruh mahasiswi membeli produk karena pertimbangan kualitas. Bagi mereka yang aktif mengikuti tren fashion, kualitas menjadi pertimbangan penting agar penampilan tetap maksimal. Konsumen tidak ingin risiko pakaian rusak atau luntur setelah beberapa kali pemakaian. Selain itu konsumen cenderung memilih produk fashion dari merek-merek ternama yang dikenal memiliki kualitas terjamin. Hal ini memberikan rasa aman dan percaya diri saat menggunakan produk tersebut.

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

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Fungsi dan kegunaan	13	81%
2	Bukan karena fungsi&kegunaan	3	19%
	TOTAL	16	100%

Adanya tekanan sosial untuk selalu mengikuti tren fashion terkini membuat sebagian konsumen membeli produk fashion hanya berdasarkan harga yang murah. Mereka lebih mementingkan tampilan luar daripada mempertimbangkan apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan. Dari hasil wawancara juga menyebutkan bahwa sebagian kecil mahasiswi membeli produk hanya karena adanya keinginan untuk membeli, selain itu ada juga yang setiap bulan harus membeli baju.

8. Membeli Produk Karena Adanya Diskon

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Adanya Diskon	15	94%
2	Bukan Karena Diskon	1	6%
	TOTAL	16	100%

Diskon menjadi faktor penting dalam membeli produk fashion. Dengan potongan harga, mereka dapat memenuhi kebutuhan fashion tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Dalam tabel menunjukkan bahwa memang benar para mahasiswi dalam penelitian ini tertarik untuk membeli fashion karena adanya diskon. Seringkali, mahasiswi merasa bahwa diskon adalah kesempatan yang tidak boleh dilewatkan, sehingga mendorong mereka untuk membeli produk fashion meskipun mungkin tidak benar-benar membutuhkannya.

9. Mengikuti artis tertentu yang diidolakan

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Mengikuti Artis Tertentu	4	25%
2	Bukan Karena mengikuti artis	12	75%
	TOTAL	16	100%

Artis atau selebriti sering kali dijadikan panutan fashion bagi kalangan muda, termasuk mahasiswi. Mereka dianggap role model yang dapat mempengaruhi tren dan preferensi fashion di kalangan penggemar. Hasil wawancara juga menunjukan bahwa sebagian kecil mahasiswi mengikuti artis tertentu yang mereka idolakan. Mereka merasa tampil lebih trendy dengan menggunakan produk fashion yang sama.

10. Membeli Produk Yang Mahal

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Membeli Karena Harga Yang Mahal	13	81%
2	Bukan Karena Harga Mahal	3	19%
	TOTAL	16	100%

Dari hasil wawancara menunjukan bahwa sebagian besar mahasiswi membeli produk fashion dengan harga yang mahal. Produk fashion dari merek-merek

ternama seringkali dipersepsikan sebagai barang berkualitas tinggi oleh mahasiswa. Mereka bersedia mengeluarkan biaya lebih demi mendapatkan produk yang dianggap menjamin kepuasan dan kebanggaan penggunaan.

11. Eksperimen model yang berbeda

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Eksperimen Model yang berbeda	13	81%
2	Bukan Karena Model Berbeda	3	19%
	TOTAL	16	100%

Sebagian orang cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang berbeda dari pakaian tersebut ia gunakan, meskipun produk tersebut masih bagus. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa ingin mencoba gaya fashion berbeda dari biasanya. Mereka terdorong untuk membeli produk dengan model atau desain yang belum pernah mereka gunakan sebelumnya, Selain itu untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan kepribadian mereka. Hal ini memberikan ruang bagi mereka untuk bereksperimen dan menemukan gaya yang sesuai

12. Melakukan Pembelian Secara Rutin Setiap Bulan

NO	MAHASISWI	JUMLAH	PRESENTASE
1	Melakukan pembelian setiap bulan	6	38%
2	Tidak Membeli Setiap Bulan	10	63%
	TOTAL	16	100%

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa yang melakukan pembelian fashion setiap bulan lebih sedikit daripada jumlah mahasiswa yang tidak melakukan pembelian fashion setiap bulan, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa banyak yang tidak melakukan pembelian fashion setiap bulannya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam membeli fashion terkini

Dari hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian fashion pada mahasiswa tidak hanya didorong oleh faktor estetika, tetapi juga oleh kebutuhan akan ekspresi diri, sosial, dan psikologis. Dengan memahami motivasi di balik setiap pembelian, kita dapat lebih memahami perilaku konsumen muda dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Berikut hasil yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi, sesuai dengan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi syariah terkait tren fashion (pakaian):

Dari 16 orang mahasiswa yang memilih:

1. Ingin tampak berbeda dari yang lain sebanyak 4 Orang dari 16 mahasiswa

- (16 orang x 25% = 4 orang)
2. Kebanggaan karena penampilan dirinya sebanyak 2 Orang dari 16 mahasiswi
(16 orang x 13% = 2 orang)
 3. Mengikuti Trend sebanyak 7 Orang dari 16 mahasiswa (16 orang x 44% = 7 orang)
 4. Agar menarik perhatian dari orang lain sebanyak 3 orang dari 16 mahasiswi
(16 orang x 19% = 3 orang)

Tinjauan Maqosid Syari'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Ekonomi Syariah Unwaha Jombang

INFORMAN	JUMLAH UANG SAKU (per bulannya)	ALOKASI DANA UNTUK FASHION
LNS	Rp. 1.700.000	Rp. 500.000
SKH	Rp. 400.000	Rp. 200.000
KF	Rp. 500.000	Rp. 150.000
HLM	Rp. 2.800.000	Rp. 840.000
RF	Rp. 1.200.000	Rp. 360.000
ANR	Rp. 1.200.000	Rp. 420.000
NP	Rp. 1.000.000	Rp. 300.000
DA	Rp. 500.000	Rp. 200.000
ME	Rp. 1.000.000	Rp. 300.000
HFH	Rp. 500.000	Rp. 200.000
DH	Rp. 600.000	Rp. 300.000
VS	Rp. 800.000	Rp. 300.000
OLV	Rp. 500.000	Rp. 200.000
RTN	Rp. 1.500.000	Rp. 750.000
FRD	Rp. 500.000	Rp. 200.000
FF	Rp. 500.000	Rp. 200.000

Hemat: Pate Dunn, seorang perencana keuangan, merekomendasikan 5% dari penghasilan bulanan untuk membeli pakaian. Wajar: pengeluaran yang seimbang untuk fashion sebaiknya berada dalam kisaran 10-20% dari penghasilan, dengan demikian apabila lebih dari 20% dikategorikan boros.

Dari tabel rata-rata mereka menghasilkan sekitar 30-50% pendapatannya untuk membeli barang-barang tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya tren perilaku konsumtif yang cukup tinggi dikalangan konsumen fashion. Hal ini perlu dikelola dengan baik untuk mencapai pola konsumsi yang lebih seimbang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswi ekonomi syari'ah berperilaku konsumtif pada kategori sedang sampai tinggi, berdasarkan kesesuaian indikator pola konsumsi menurut sumartono yang dikembangkan menjadi 12 indikator, diantaranya adalah seperti iming-iming hadiah, kemasannya menarik, menjaga penampilan gengsi, pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, diskon, pertimbangan kualitas, harga yang murah, model paling

update, melakukan pembelian setiap bulan dan eksperimen (mencoba dua produk sejenis yang berbeda).

Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi ekonomi syariah berperilaku konsumtif terhadap trend fashion terkini secara berurutan adalah sebagai berikut: a) Mengikuti Trend (44%), b) Ingin tampak berbeda dari yang lain (25%), c) Agar menarik perhatian orang lain (19%), d) Kebanggaan karena penampilan dirinya (13%).

Tinjauan maqasid syari'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi ekonomi syariah adalah bahwa perilaku konsumtif mahasiswi terhadap fashion tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan didorong karena adanya trend yang semakin berkembang dan karena adanya faktor keinginan pribadi dan berbagai alasan lainnya yang tidak esensial, sehingga dalam hal ini belum sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam maqasid syariah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka terdapat beberapa hal yang dapat disarankan, antara lain : Bagi peneliti berikutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan mengukur intensitas pola konsumsi mahasiswi terhadap fashion kekinian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, Bagi mahasiswi unwa, Perilaku konsumsi fashion hendaknya dikontrol agar tidak bertentangan dengan amanat ayat Al qur'an.

PENGAKUAN

Kami menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada semua individu dan lembaga yang kontribusinya sangat penting bagi penyelesaian penelitian ini. Dukungan dan bantuan mereka yang tak ternilai memainkan peran penting dalam melakukan penelitian dan menganalisis data. Kami ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada rekan-rekan kami di program studi ekonomi syariah, yang keahlian dan bimbingannya sangat berperan dalam membentuk karya ini.

REFERENSI

- Afrina. Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam, EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 2.1 (2019), hal 23
- Amir Amri, Dkk. Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya, (Bogor: IPB Pres, 2009), h. 206
- (Anggraini et al., 2022), Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol), Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 3, Tahun 2022, 52-64
- Anggraini, M., Nusrida, H., & ... (2022). Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol). *Jurnal Ekonomika Dan* ..., 5, 52–64.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/21336%0Ahttps://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/download/21336/9028>
- Bagus Novianto, 'An-Natiq Jurnal Kajian Islam Interdisipliner', *Pendekatan Filsafat Dalam Islam: Teori Dan Praktik*, 2 (2022), 50–60.
- Deisy risma sari, 2022. (2022). *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia Perspektif Ekonomi Islam* (p. 1).
- Dr. Sri Rochani Mulyani, SE., M.Si., metodologi penelitian, bandung: Widina Bhakti Persada, (2021), 13

- Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi, A., & Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Firdausiyah, J. (2023). Isr ā f dalam perspektif al- qur'an. *Skripsi*.
- Firmanzah. (2020). Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik. Jakarta: Erlangga.
- Jinan Firdausiyah, 'Isr ā f Dalam Perspektif Al- Qur'an', Skripsi IAIN PONOROGO, 2023. Hal.14
- Maslatun Nisak, & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Nana, Syaodih Sukmadinata. *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006. hlm. 72
- Afrina, D. (2019). Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1088>
- Prita Rani and others, 'ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP SANTRI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF RELIGIUSITAS (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh)', *Range Management and Agroforestry*, 4.1 (2020), 1–15 <<https://doi.org/10.1016/j.fcr.2017.06.020>>.
- Rima Azam, *PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI TERHADAP TREND FASHION MASA KINI MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020- 2021)*, 2023, IV.
- Rosakusuma, U. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016 Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian). In *Universitas Islam Negeri Mataram* (Issue 160203136).
- Siti Nur Ajizah, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar Kpop Di Kalangan Remaa Islam (Studi Pada Fanbase Boygroup Seventeen)', 2023, 1–70.
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 1