

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai jilbab atau hijab bukanlah hal yang baru untuk diteliti, telah dilakukan penelitian yang sejenis yang berbentuk skripsi atau laporan penelitian lainnya. Untuk ini dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Fashion* Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palangka Raya” ini, peneliti menggunakan penelitian yang terdahulu yang relevan, yaitu :

1. Irfani tahun 2011 dengan judul “ Pengaruh Iklan *Fashion* Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota Tangerang Selatan “, penelitian ini mempunyai hasil bahwa tingkat terpaan iklan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang menunjukkan bahwa variabel tingkat terpaan iklan, *selective attention*, motivasi, kepercayaan, pendapat dan pembujukan serta kepribadian dan penyesuaian diri mempengaruhi siswa dalam mempengaruhi siswa dalam berperilaku konsumtif.
2. Rifa Dwi Styaning Anugrahati tahun 2014 dengan judul “ Gaya Hidup *Shopaholic* Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta “, mempunyai kesimpulan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yang bergaya *shopaholic* menghabiskan banyak waktu untuk belanja sebagai penghilang rasa jenuh, sebagai kepuasan tersendiri dan lebih banyak bergaul dengan orang-orang yang memiliki hobi yang sama dalam banyak hal. Selain itu,

faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup *shopaholic* mahasiswa Universitas Yogyakarta yaitu gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend, banyaknya pusat-pusat perbelanjaan dan dari lingkungan pergaulan.

3. Eri Fatmawati tahun 2014 dengan judul “Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal Dalam Pembelian Jilbab“, penelitian ini menghasilkan bahwa santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal dalam pembelian jilbab berbeda-beda, sebagian dari mereka selalu membeli jilbab apabila ada model terbaru, sedangkan ada yang kadang-kadang membeli dan ada pula yang tidak membeli.

Tabel 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA DAN JUDUL	TAHUN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Irfani, “Pengaruh Iklan <i>Fashion</i> Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota Tangerang Selatan “	2011	Perilaku Konsumtif	Iklan <i>Fashion</i> Majalah
2	Rifa Dwi Styaning Anugrahati, Gaya Hidup <i>Shopaholic</i> Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta “	2014	Perilaku Konsumtif	Gaya Hidup <i>Shopaholic</i>
3	Eri Fatmawati, “Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu	2014	Perilaku Konsumtif	Pembelian Jilbab

	Kendal Dalam Pembelian Jilbab“,			
4	Sa’adatunnisa, “Pengaruh <i>Fashion</i> Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslimah Di Kota Palangka Raya”	2016	Perilaku Konsumtif	<i>Fashion</i> Hijab

Sumber : Diolah oleh penulis

B. Landasan Teori

1. Konsep *Fashion*

Secara etimologis, *fashion* berasal dari bahasa latin yaitu *factio* dan *facere* yang mempunyai pengertian yang sama yaitu membuat atau melakukan.¹⁰ Arti kata *fashion* di dalam *Oxford English Dictionary* (OED) mempunyai beberapa arti yaitu tindakan atau proses membuat, potongan atau bentuk tertentu, bentuk, tata acara atau cara bertindak dan berpakaian mengikuti konvensi. Arti tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua arti utama, yaitu kata kerja dan kata benda, meski sulit untuk dipastikan, kedua arti itu muncul menjadi baku dalam Bahasa Inggris pada pertengahan abad ketujuh belas. Sebagai kata benda, *fashion* berarti sesuatu seperti bentuk dan jenis atau buatan atau bentuk tertentu. Apabila sebagai kata kerja, *fashion* dipandang sebagai sinonim dengan kata cara atau perilaku yang ada di dalam ungkapan bahasa Prancis “*facon de parler*”(cara bicara).¹¹ Dan di dalam kamus bahasa Inggris *Fashion* adalah mode, dan mode adalah cara

¹⁰ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas Dan Gender*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011, hal.12.

¹¹Ibid., hal.12.

atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu yang mengenai hal pakaian, hiasan dan sebagainya.¹²

Ada beberapa pengertian *fashion* menurut para ahli yaitu :¹³

- a. Menurut Polhemus dan Procter, *fashion* adalah sesuatu bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak. Yang pada masyarakat kontemporer barat, istilah *fashion* cenderung diartikan sebagai dandanan, gaya dan busana.
- b. Menurut Thomas Carlyle, *fashion* adalah pakaian yang akan melambangkan jiwa pemakainya. Yang akan mencerminkan gaya hidup dan identitas suatu komunitas atau individu.
- c. Menurut Solomon, *fashion* adalah proses penyebaran sosial bagi sebuah mode baru untuk diadopsi oleh kelompok konsumen.
- d. Menurut Troxell dan Stone, *fashion* adalah gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota kelompok dalam satu waktu tertentu. *Fashion* berkaitan dengan mode atau gaya yang digemari, kepribadian seseorang dan rentang waktu.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *fashion* adalah cara seseorang bagaimana ia mendeskripsikan apa yang ada di dalam dirinya atau siapa dirinya seperti cara berpakaian seorang artis, ia akan menampilkan sisi *glamour* dengan cara pakaiannya yang akan memperlihatkan siapa dirinya agar orang-orang tahu bahwa dia adalah seorang artis terkenal.

¹² Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1989, hal. 589.

¹³Tanny Windawaty, *Definisi Dan Pengertian Fashion*, <http://www.mamacantik.web.id/2015/07/definisi-dan-pengertian-fashion.html?m=1>, diakses pada tanggal 27 Februari 2016.

Seseorang yang berhubungan dengan bidang *fashion* harus mengetahui apa yang disebut dengan *fashion life cycle* (siklus hidup *fashion*) agar dapat membantu dalam pemasarannya. Bentuk dari *fashion life cycle* adalah sebagai berikut :¹⁴

- a. *Fashion Leadership*, siklus ini adalah pada saat *fashion* itu dibentuk. Pada siklus ini sebuah *fashion* akan mulai diciptakan.
- b. *Increasing Social Visibility*, siklus ini adalah pada saat *fashion* sudah diciptakan dan mulai diperkenalkan. Siklus ini hanya menjangkau orang-orang yang memiliki status ekonomi yang lebih tinggi (kelompok *Fashion Leaders*).
- c. *Conformity Within and Across Social Group*, pada siklus ini *fashion* mulai menjangkau seluruh kelas sosial yang ada.
- d. *Social Saturation*, siklus ini adalah masa kejayaan dari *fashion*. Yang mana semua orang sudah mengikuti *trend fashion* yang sudah dibentuk. Semua kelas sosial akan mencari-cari dan membeli barang-barang yang yang menjadi *trend fashion* pada saat itu. Dan pada siklus ini juga akan bermunculan barang-barang yang mirip atau menyerupai barang aslinya yang awalnya hanya tersedia untuk kelompok kalangan kelas sosial atas saja.
- e. *Decline and Obsolence*, pada saat siklus ini *trend fashion* sedikit mulai sedikit akan mulai menurun popularitasnya kemudian hilang dan akan digantikan oleh *fashion* yang baru.

¹⁴Quahesha, *Lima Siklus Hidup Fashion*, <http://quahesha.com/5-siklus-hidup-fashion/>, diakses pada tanggal 1 Maret 2016.

Fashion dapat dikategorikan berdasarkan di kelompok mana mereka terlihat yaitu :¹⁵

- a. *Fashion Leaders*, kelompok ini adalah konsumen yang elit dan mereka yang paling pertama mengadaptasi perubahan fashion. Kelompok ini mengacu pada gaya dan desain *high fashion*. *High fashion* adalah gaya dan desain yang biasanya dibuat, diperkenalkan dan dijual dalam jumlah yang terbatas dan relatif mahal.
- b. *Public Fashion*, kelompok ini adalah konsumen masyarakat umum. Kelompok ini mengacu pada gaya dan desain *mass fashion* atau *volume fashion*. Desain dan gaya ini adalah barang yang dibuat, diperkenalkan dan dijual dalam jumlah banyak dengan harga yang murah sampai sedang.

Fashion tidak hanya terbatas pada pakaian saja, namun *fashion* ada juga pada hal lainnya seperti tas, sepatu, makanan, rumah dan sebagainya.

2. Konsep Hijab

a. Pengertian Jilbab dan Hijab

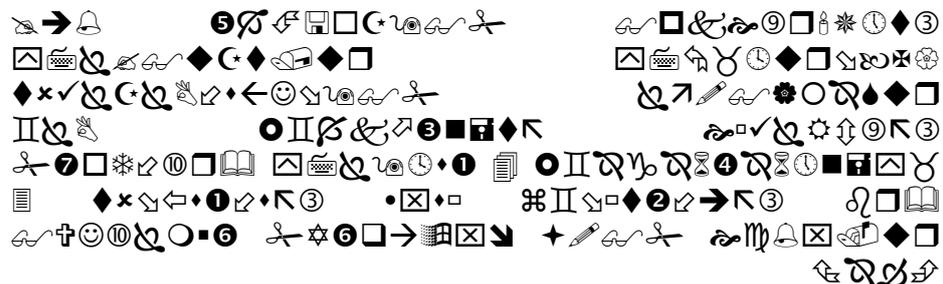
Secara etimologis, kata jilbab berasal dari bahasa arab yang bentuk jamaknya adalah *jalabib* artinya pakaian yang lapang atau luas. Pakaian yang lapang atau luas adalah pakaian yang dapat menutupi aurat wanita, kecuali muka dan kedua telapak tangan sampai pergelangan tangan saja yang ditampakkan.¹⁶ Menurut kamus bahasa Indonesia, jilbab adalah baju kurung yang longgar yang dilengkapi

¹⁵ Dian Savitrie, *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif Pada Mahasiswa FE UI Dan Pengunjung Butik N.y.l.a)*, Universitas Indonesia, Skripsi, 2012, t.d, hal. 15-16.

¹⁶ Mullhandy Ibn. Haj, Kusumumayadi dan Amir Taufik, *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*, Yogyakarta: Shalahuddin Press, 1986, hal. 5.

dengan kerudung yang menutupi kepala, sebagian muka dan dada.

¹⁷Menurut Imam Raghīb, jilbab adalah pakaian longgar yang terdiri atas baju panjang dari kerudung yang menutup badan kecuali muka dan telapak tangan.¹⁸ Kata jilbab juga terdapat banyak di dalam al-Quran salah satunya adalah Surah Al-Ahzab ayat 59 yaitu :¹⁹



Artinya :“ Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Hijab berasal dari kata bahasa arab حجاب yang artinya adalah

tabir atau penutup. Tabir atau penutup adalah sesuatu yang memisahkan atau membatasi baik berupa tembok, bilik, korden, kain dan lain-lain.²⁰

Menurut kamus bahasa Indonesia hijab adalah dinding yang membatasi sesuatu dengan yang lain atau yang membatasi hati manusia dengan Allah.²¹Hijab disini mempunyai dua bentuk, yang pertama adalah apabila di dalam di rumah melakukan pembicaraan dengan orang asing (bukan muhrim) maka pembicaraan dilakukan dari belakang tabir atau

¹⁷ Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1989, hal. 363.

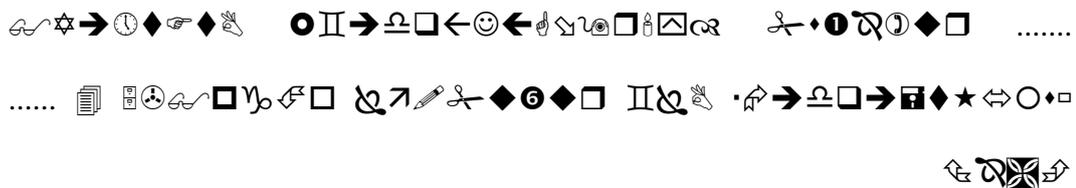
¹⁸ Nina Surtiretna, *Anggun Berjilbab*, Bandung: Pustaka, 1993, hal. 53.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 603.

²⁰Mullhandy Ibn. Haj, Kusumumayadi dan Amir Taufik, *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*,....., hal. 5.

²¹ Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,....., hal. 307.

tirai, yang kedua adalah apabila berada di luar rumah maka perempuan harus menutupi seluruh badan menggunakan kain.²² Kata hijab terdapat di dalam al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 53 yaitu :²³



Artinya : “Apabila kamu meminta sesuatu (keperluan) kepada mereka (isteri- isteri Nabi), Maka mintalah dari belakang tabir.”

Dari kedua pengertian antara jilbab dan hijab mempunyai perbedaan namun apabila dilihat dari maknanya sama yaitu sebagai penutup. Penutup yang dimaksudkan disini adalah pakaian yang menutupi kepala dan seluruh badan.

Menurut Suciati saat ini istilah hijab mengalami penyempitan makna, berhubung sering dipakai untuk menjelaskan busana muslimah seperti yang dipakai muslimah di negara Mesir, Sudan dan Yaman. Hijab memiliki pengertian lebih luas dari jilbab, sedangkan jilbab memiliki batasan pengertian spesifik mengarah pada tampilan busana. Penyempitan makna kata hijab menjadi terpusat pada jilbab (yang dipahami di masyarakat Indonesia) sendiri sudah menjadi teori yang banyak masyarakat pahami serta sadari, khususnya bagi wanita di Indonesia yang pada umumnya saat ini menyebutkan penggunaan kerudung atau

²²Abu Syuqqah, *Busana dan Perhiasan Wanita Menurut Al-Qur'an dan Hadis*, Bandung : Mizan, 1998, hal. 32

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 601.

jilbab dengan kata hijab. Sehingga ketika kita menyebutkan wanita itu berhijab itu berarti wanita tersebut menggunakan jilbab.²⁴

b. Syarat-Syarat Hijab

Perintah berhijab turun setelah kewajiban menutup aurat ditetapkan. Untuk itu batasan yang ditutup dalam berhijab lebih dari batasan kewajiban menutup aurat. Adapun syarat-syarat dalam berhijab adalah sebagai berikut:²⁵

1. Bahan hijab tidak terbuat dari perhiasan

Allah SWT memerintahkan para wanita yang beriman agar tidak memperlihatkan, kecuali kepada muhrim dan melarang mereka bersolek yaitu memperlihatkan perhiasan dan kecantikan ketika keluar rumah. Tujuan ini tidak akan tercapai jika hijab yang digunakan berwarna-warni yang akan menarik perhatian atau dibordir dengan berbagai aksesoris lainnya. Hal ini sesuai dengan apa yang ada di al Qur'an yaitu terdapat di surah an-Nur ayat 31 :²⁶



²⁴Aminah Islamiyah, *Akulturasinya pada Motif dan Gaya Hijab di Kalangan 'Hijabers' Indonesia, (Studi Kasus Analisis Estetik Simbolik Hijabers Community Bandung)*, Universitas padjadjaran,Skripsi, 2012, hal. 4.

²⁵ Abdul Wahhab Abdussalam Thawilah, *Panduan Berbusana Islami*, Jakarta: Almahira, 2007, hal. 183.

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 493.



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 kedadanya, dan janganlah Menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinyua agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung."

2. Terbuat dari bahan yang tebal dan tidak tembus pandang

Perempuan tidak boleh mengenakan kain tipis dan menerawang di hadapan laki-laki yang bukan muhrim hingga terlihat apa yang ada di balik pakaiannya. Tapi perempuan juga tidak boleh

menggunakan bahan yang tebal tapi kualitas dari bahannya buruk hingga aurat dapat terlihat dari sela-selanya. Seperti yang pernah dikisahkan, ketika itu Asma mengunjungi Aisyah, kakaknya. Ketika Rasulullah melihat bahwa pakaian Asma tak cukup tebal, maka ia pun memalingkan mukanya seraya bersabda: “Jika seorang wanita telah akil baligh, tak ada anggota badannya yang boleh kelihatan, kecuali ini (seraya menunjuk muka dan telapak tangannya).”²⁷

3. Tidak memperlihatkan lekuk tubuh

Tujuan dari berhijab adalah menutup aurat dan mencegah timbulnya fitnah. Itu tidak akan berhasil, kecuali dengan menggunakan kain yang tebal dan longgar. Sebab pakaian yang tebal tapi ketat, tetap akan memperlihatkan bentuk tubuh beserta lekuk-lekuknya.

4. Tidak menyerupai pakaian laki-laki

Sesuai dengan sabda Rasulullah saw :

“Bukan termasuk golongan kita: wanita yang menyerupai laki-laki dan laki yang menyerupai wanita.” (HR. Ahmad)²⁸

5. Tidak menggunakan bahan pewangi yang menusuk hidung.

Rasulullah pernah bersabda :

“Wanita yang memakai wewangian lalu berjalan di tengah keramaian dengan tujuan agar orang-orang mencium wangi dari tubuhnya, sungguh ia adalah pezina”(HR.Ahmad)

6. Tidak menyerupai orang-orang kafir

²⁷ Husein Shahab, *Jilbab menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah*, Bandung: Mizan, 1998, hal. 63.

²⁸ Muhammad Mutawali Ash-Sya'rawi, *Fiqhul Mar'ah al-Muslimah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006, hal. 56.

Di dalam beberapa ayat al-Qur'an disebutkan bahwa umat Islam tidak boleh mengikuti gaya hidup orang kafir setelah didatangkan kepada mereka bukti-bukti yang nyata dari Allah SWT. Rasulullah juga sangat menekankan pentingnya umat Islam memiliki identitas yang berbeda dari orang-orang kafir, bahkan dalam hal-hal kecil seperti tata cara menisir dan memanjangkan rambut. Abdullah ibnu Amr ibnu Ash berkata, "Suatu hari Rasulullah melihatku mengenakan dua buah pakaian berwarna kuning, beliau bersabda :

"Ini adalah pakaian orang-orang kafir. Jangan lagi kau kenakan!" (HR.Muslim dan Baihaqi)

7. Busana itu tidak dikenakan untuk tujuan popularitas.

Rasulullah saw. Bersabda :

"Orang yang mengenakan pakaian demi popularitas akan diberi pakaian kehinaan pada hari kiamat. Allah kemudian menyalakan api di dalam pakaian itu."(HR. Ahmad, Abu Dawud dan Ibnu Majah)²⁹

c. Hikmah Hijab

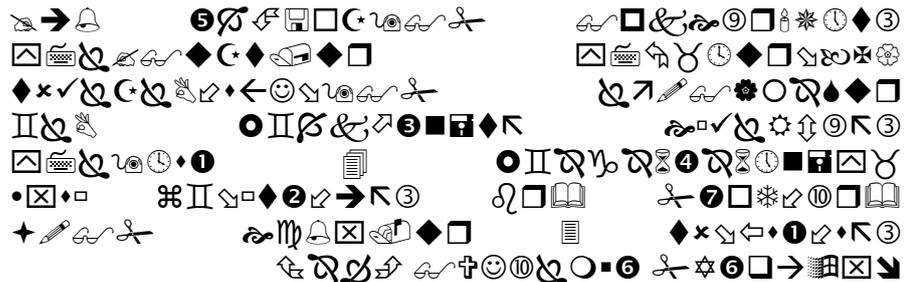
Seorang mukmin wajib mempercayai dan meyakini bahwa setiap perintah atau larangan Allah SWT. Terhadap suatu perbuatan pasti ada hikmahnya. Begitu juga menutup aurat dengan menggunakan hijab. Adapun hikmah dari menggunakan hijab adalah :³⁰

1. Perempuan yang menggunakan hijab akan mendapatkan pahala karena ia telah melaksanakan perintah yang diwajibkan Allah SWT.

²⁹ Afifah Afra, *Panduan Amal Wanita Salihah*, Surakarta: Afra Publishing, 2012, hal. 216.

³⁰ Huzaemah Tahido Yanggo, *Fikih Perempuan Kontemporer*, Bandung: Ghalia Indonesia, 2010, hal. 15.

2. Sebagai pembeda antara wanita yang baik-baik dengan wanita-wanita lainnya. Ia akan selamat dari berbagai gangguan dan kejahatan orang-orang fasik, sebagaimana terdapat dalam al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 59.³¹³²



Artinya : “Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

3. Untuk melindungi kesehatan rambut dan kulit kepala. Menurut penelitian seorang dokter ahli yang menganalisis kandungan kimia rambut menyimpulkan meskipun rambut memerlukan oksigen, namun pada dasarnya rambut itu mengandung 19ka nada, kalsium, magnesium, pigmen dan kholestryl dengan palmitate yang membentuk kholestryl palmitate yang sangat labil akibat penyinaran atau radiasi, sehingga memerlukan perlindungan yang dapat memberikan rasa aman terhadap rambut dan kulit kepala.

³¹Amaani Zakariya Ar-Ramaadi, *Jilbab*, Solo: At-Tibyan, 2011, hal. 21.

³² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,,,,,,,,,, hal. 603.

4. Dapat menghemat anggaran. Perempuan yang menggunakan hijab akan lebih hemat dalam biaya hidup karena tidak membutuhkan uang untuk membeli berbagai macam jenis pakaian.

3. *Fashion* dan Hijab

Fashion apabila diartikan di dalam bahasa Indonesia adalah mode, dan mode memiliki pengertian adalah cara atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu yang mengenai hal pakaian, hiasan dan sebagainya. Mode berhubungan dengan gaya seseorang. Sedangkan, hijab adalah pakaian yang digunakan oleh seorang muslimah untuk menutupi auratnya.

Fashion hijab dapat diartikan sebagai mode dalam menggunakan hijab. Maksudnya adalah perempuan muslimah yang menggunakan hijab yang mengikuti tren atau gaya berhijab modern dapat dikatakan ia mengikuti *fashion*. *Fashion* tidak dapat terlepas dari gaya hidup masa kini, begitu pula dengan pemakaian hijab. Namun, kini pemakaian hijab telah berkembang pesat dan sangat berkaitan dengan unsur *fashion*. Pemakaian hijab yang dulu hanya digunakan sebagai identitas agama bagi muslimah, sekarang telah melebur menjadi sebuah gaya hidup bagi masyarakat

muslimah modern yang menjadikan hijab sebagai bagian untuk menunjukkan identitas diri atau konsep diri dalam kehidupan sosial.³³

Identitas diri yang dimaksud adalah identitas yang membedakan seseorang sebagai individu yang berbeda. Apabila dihubungkan dengan *fashion* maka menurut Malcolm Barnard bahwa pakaian digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status, dan orang sering membuat penilaian terhadap nilai sosial, berdasarkan atas apa yang dipakai oleh orang lain tersebut.³⁴

4. Perilaku Konsumtif

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya. Di dalam kehidupan manusia, kebutuhan manusia dapat dikelompokkan menjadi tingkat kepentingannya, yaitu :³⁵

- a. Kebutuhan Primer, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang harus dan wajib terpenuhi di dalam kehidupan. Kebutuhan primer dapat dikatakan sebagai kebutuhan pokok yang harus terpenuhi seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal.
- b. Kebutuhan Sekunder, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang tidak harus dipenuhi tetapi apabila mampu memenuhinya tidak apa-apa dengan

³³Ade Nur Istiani, *Kontruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger*, <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/.../3396>, diakses pada tanggal 10 Maret 2016.

³⁴Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas Dan Gender*,, hal.69.

³⁵Eeng Ahman, *Membina Kompetensi Ekonomi*, Bandung: Grafindo Media Pratama, 2007, hal. 3.

syarat kebutuhan primernya sudah terpenuhi. Misalnya membeli televisi atau kulkas di dalam rumah.

- c. Kebutuhan Tersier, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang bersifat mewah. Pada umumnya, kebutuhan ini dilakukan oleh orang-orang yang berpenghasilan tinggi misalnya mobil dan perhiasan.

Pemenuhan di dalam sebuah kebutuhan hidup, manusia sering merasa kurang puas dengan apa yang telah dinikmatinya. Semakin besar materi yang didasari karena adanya kebutuhan tapi karena adanya keinginan. Tindakan seperti ini adalah perilaku konsumtif.

Menurut Sarwono, perilaku adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh satu individu dengan individu lainnya dan bersifat nyata. Sedangkan konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai sesuatu yang maksimal.³⁶ Jadi perilaku konsumtif adalah sesuatu yang dilakukan seseorang dengan mengkonsumsi suatu barang atas dasar keinginan bukan kebutuhan dengan berlebihan. Adapun beberapa pengertian dari para ahli mengenai perilaku konsumtif adalah :³⁷

- a. Menurut Lubis, perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

³⁶Nabella Sefina, *Budaya Pop: Perilaku Konsumtif Pengguna Hijab Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Perilaku Konsumsi Pengguna Hijab Di Kalangan Mahasiswa Uns*, Universitas Sebelas Maret, Skripsi, t.d, hal. 10.

³⁷*Ibid.*, hal. 11.

- b. Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.
- c. Menurut Anggasari, perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Menurut Lina dan Rosyid, berikut adalah aspek-aspek yang terdapat di dalam perilaku konsumtif :³⁸

- a. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Menurut kharis, *impulsive buying* adalah perilaku seseorang yang apabila dalam membeli sesuatu tidak direncanakan terlebih dahulu, sedangkan menurut Rook adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen mengalami desakan tiba-tiba, yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera. Dorongan pembelian ini adalah sifat foya-foya dan dapat merangsang konflik emosional, sehingga aspek ini mudah terjadi karena adanya keinginan konsumen uang berubah-ubah. Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang berperilaku membeli suatu barang hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan yang sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

³⁸Anisa Qodaryl Thohiroh, *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Universitas Muhammadiyah Surakarta: Skripsi, t.d, hal. 3-4.

b. Pemborosan atau berlebihan

Perilaku konsumtif adalah sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Boros adalah membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya ataupun melebihi ukuran yang semestinya.

c. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)

Aspek ini adalah dimana konsumen membeli suatu barang yang sebenarnya bukan untuk kebutuhan namun hanya dilakukan untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana seseorang akan merasa senang apabila menggunakan barang yang dapat membuat dirinya lain daripada yang lain dan akan membuat dirinya lebih *trendy*.

Selain aspek-aspek yang ada di dalam perilaku konsumtif, terdapat juga karakteristik atau indikator perilaku konsumtif yaitu :³⁹

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.
- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.

³⁹Wilda Wahyuni, *Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Al-Qur'an*, IAIN Walisongo, Skripsi, 2013, t.d, hal. 34.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.
- h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Perilaku konsumtif tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian proses di mana seseorang akan membeli suatu produk atau jasa dengan dipengaruhi berbagai faktor. Keputusan pembelian tersebut apabila berlebihan dalam pembelian maka akan menjadi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif menurut Kotler dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu :⁴⁰

- a. Faktor Internal (faktor pribadi)

- 1. Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah dan menginterpretasikan informasi. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pengalaman, pendidikan, minat, perhatian dan sebagainya.

- 2. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal.

⁴⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013, hal. 41-19.

3. Motivasi dan keterlibatan

Sumarwan menyimpulkan bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan itu.

4. Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar disebut pengetahuan konsumen. Menurut Engel, pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).

5. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan faktor motivasional yang belum menjadi tindakan. Sikap merupakan hasil belajar. Sikap merupakan nilai yang bervariasi (suka-tidak suka). Sikap ditujukan terhadap suatu objek, bisa personal atau nonpersonal.

6. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berdampak terhadap adanya perubahan kognitif, afektif dan psikomotor secara konsisten dan relatif permanen.

7. Kelompok usia

Usia mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Anak-anak mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Berbeda dengan halnya remaja, mereka cenderung mulai mempertimbangkan beberapa hal seperti mode, desain, warna dan sebagainya. Berbeda halnya dengan orang tua atau dewasa, mereka akan mempertimbangkannya dengan matang dengan beberapa hal seperti harga, manfaat, dan lain-lain.

8. Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang”, yang berinteraksi dengan lingkungannya.

b. Faktor eksternal

1. Budaya

Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.

2. Kelas sosial

Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar. Kelas sosial ditentukan oleh banyak faktor antara lain pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, kepemilikan, orientasi nilai dan kesadaran kelas.

3. Keanggotaan dalam suatu kelompok

Setiap orang akan bergabung dengan kelompok-kelompok tertentu. Alasan bergabungnya seseorang di dalam individu terkadang dikarenakan misalnya memiliki kesamaan hobi, kesamaan profesi dan sebagainya.

c. Faktor situasional

Situasi dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Situasi konsumen dapat dipisahkan menjadi tiga yaitu situasi komunikasi, situasi pembelian, dan situasi pembelian.

5. Perilaku Konsumsi Dalam Ekonomi Islam

a. Kebutuhan Dan Keinginan Dalam Ekonomi Islam

Kebutuhan dan keinginan dalam ekonomi konvensional merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan. Dimana setiap individu mempunyai suatu kebutuhan yang akan diterjemahkan oleh keinginan-keinginan mereka. Artinya keinginan seseorang akan berkaitan dengan konsep kepuasan. Dan yang menjadi masalah adalah apabila keinginan itu terus berkembang dan masuk ke area yang pemenuhan kebutuhan dengan cara yang berlebih-lebihan dan mubazir. Maka hal yang seperti itu yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya. Di sisi lain, keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata. Apabila yang diinginkan merupakan suatu kebutuhan, maka

pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja.⁴¹

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama pemenuhan tersebut maka martabat manusia akan meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia. Namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang halal baik secara wajar dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah masalah (suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah (manfaat)) atau tidak mendatangkan mudharat (sesuatu yang tidak menguntungkan).⁴²

Tabel 2.2
Karakteristik Kebutuhan Dan Keinginan

Karakteristik	Kebutuhan	Keinginan
Sumber	Fitrah Manusia	Hasrat (nafsu) manusia
Hasil	Manfaat dan Berkah	Kepuasan
Ukuran	Fungsi	Preferensi atau selera
Sifat	Objektif	Subjektif
Tuntunan Islam	Dipenuhi	Dibatasi atau dikendalikan

Sumber : Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)

⁴¹ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hal. 130.

⁴² Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*,, hal, 131.

Perspektif dalam Islam, kebutuhan ditentukan oleh masalah dan berhubungan dengan kerangka *maqashid al-syariah*. Imam Ghazali membedakan antara keinginan (*raghbah* dan *syahwat*) dan kebutuhan (*hajah*). Menurut Imam Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Dan menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi, sehingga tidak kosong dari makna ibadah. Konsumsi dilakukan dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah SWT. Memenuhi kebutuhan dan bukan memenuhi keinginan yaitu tujuan dari aktivitas ekonomi Islam dan usaha untuk pencapaian tujuan tersebut merupakan salah satu kewajiban dalam agama.⁴³

b. Konsep Masalah Dalam Perilaku Konsumen Islami

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memenuhi kesejahteraannya. Imam Shatibi menggunakan istilah ‘masalah’ yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum syara’ yang paling utama. Menurut Imam Shatibi, masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan di muka bumi ini. Lima elemen dasar tersebut adalah kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), akal (*al-aql*), dan keturunan (*al-nasl*). Semua

⁴³ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014, hal. 162-163.

barang atau jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut pada setiap individu itulah yang disebut *mashlahah*.⁴⁴

Tujuan konsumsi di dalam Islam bukanlah konsep *utility* atau kepuasan melainkan *mashlahah*. Tidak semua barang atau jasa memberikan *utility* atau kepuasan yang mengandung *mashlahah* di dalamnya, sehingga tidak semua barang atau jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam membandingkan konsep kepuasan dengan pemenuhan kebutuhan (yang terkandung di dalamnya *mashlahah*), perlu membandingkan tingkatan-tingkatan tujuan hukum *syara'* yaitu :⁴⁵

1. *Daruriyyah*, tingkatan ini merupakan tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan di dunia dan akhirat, yakni terpenuhinya lima elemen dasar kehidupan yaitu kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), akal (*al-aql*), dan keturunan (*al-nasl*). Jika tujuan ini diabaikan, maka akan menimbulkan kerusakan di dunia dan akhirat.
2. *Hajiyyah*, tingkatan ini merupakan tujuan memudahkan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Tingkatan tidak diharuskan untuk menjaga lima elemen pokok tapi hanya untuk menghilangkan kesempitan dan berhati-hati dalam lima elemen pokok tersebut.

⁴⁴ Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 62.

⁴⁵ I Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*,....., hal. 64.

3. *Tahsiniyyah*, tingkatan ini bertujuan untuk menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman di dalamnya. Tingkatan ini bisa dikatakan sebagai pelengkap dari ke dua tingkatan yang ada.

Konsumsi berhubungan erat dengan manfaat (*mashlahah*) dan berkah dari suatu barang atau jasa. Adapun karakteristik *mashlahah* dan berkah dalam konsumsi adalah sebagai berikut :⁴⁶

1. Manfaat

- a. Manfaat material, yaitu berupa diperolehnya tambahan harta bagi konsumen akibat pembelian suatu barang atau jasa. Manfaat material ini berbentuk murahnya harga, potongan harga dan lain-lain.
- b. Manfaat fisik atau psikis, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia, seperti rasa lapar, haus, kedinginan, kesehatan dan lain-lain.
- c. Manfaat intelektual, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan akal manusia ketika ia membeli suatu barang atau jasa, seperti kebutuhan tentang informasi, pengetahuan dan keterampilan.
- d. Manfaat terhadap lingkungan, yaitu berupa adanya manfaat besar dari pembelian suatu barang atau jasa yang akan dirasakan. Misalnya mobil wagon dibandingkan dengan mobil sedan yang memiliki eksternal lebih tinggi yaitu dapat

⁴⁶ Ibid., hal. 143-145.

mengangkut banyak penumpang misalnya keluarga ataupun tetangga.

- e. Manfaat jangka panjang, yaitu terpenuhinya kebutuhan duniawi jangka panjang atau terjaganya generasi masa mendatang terhadap kerugian akibat dari tidak membeli suatu barang atau jasa.

2. Berkah

Selain mendapatkan manfaat dari konsumsi barang atau jasa, kegiatan konsumsi juga harus memberikan berkah bagi konsumen. Berkah ini akan didapatkan apabila seluruh hal berikut dilakukan dalam konsumsi, yaitu :

- a. Barang atau jasa yang dikonsumsi bukan merupakan barang haram.
- b. Tidak berlebih-lebihan dalam jumlah konsumsi.
- c. Diniatkan untuk mendapatkan ridha Allah.

c. Perilaku Konsumtif Dalam Ekonomi Islam

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang membelanjakan hartanya untuk hal-hal yang tidak berguna dan berlebih-lebihan. Perilaku ini berhubungan dengan hidup yang *tabdzir* dan *isyraf*, dan ini tidak dibenarkan di dalam ekonomi Islam. Islam memberikan sikap yang tegas untuk perilaku konsumtif, salah satunya adalah pelarangan

terhadap sesuatu yang berlebihan yang tidak mendatangkan manfaat dan pelarangan ini disebutkan di dalam Al-Qur'an Surah al-Isra ayat 26-27 :⁴⁷



Artinya : ” Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Tabzir adalah sesuatu yang ditentang oleh Islam, hal ini terbukti dengan arti dari surah diatas orang-orang yang pemboros adalah saudara setan. *Tabzir* lebih kepada sifat pemborosan. Menurut Muhammad Hasan al-Hamshi, pemborosan itu sangat terkait dengan kadar ketaatan kita kepada Allah. Semakin boros seseorang maka semakin lemah tingkat ketaatannya kepada Allah. Berarti bahwa orang yang boros berada dalam jalan yang sama terhadap setan. Keduanya berada pada jalur pembangkangan kepada Allah. Imam Syafi'i memberikan pernyataan bahwa *tabzir* adalah membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak dibenarkan. Jumhur ulama berpendapat bahwa di dalam hal kebaikan tidak ada istilah *mubadzir*. Akan tetapi, barang siapa yang membeanjakan hartanya

⁴⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 388.

demi nafsu belaka dan melebihi kebutuhannya sampai hartanya habis, maka ia termasuk kategori pemboros.⁴⁸

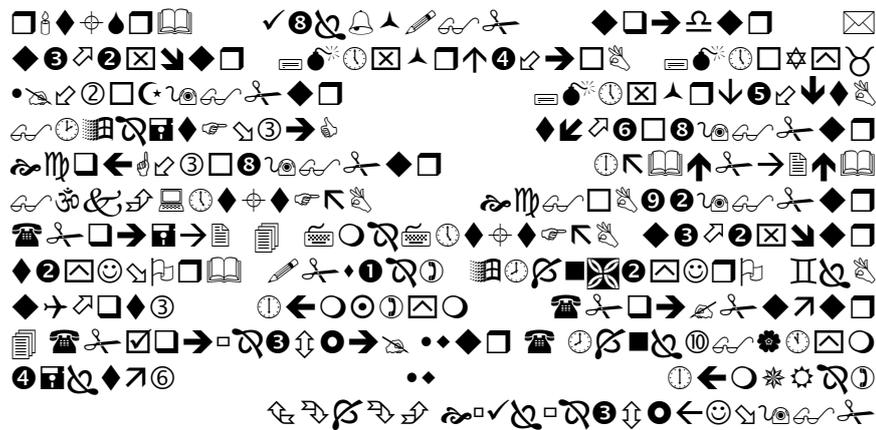
Dikatakan boros apabila dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari di luar batas kewajaran. Yaitu berlebih-lebihan dalam hal makanan, berpakaian, membangun rumah, dan pemenuhan hiburan. Jadi, jika seseorang membelanjakan hartanya untuk kehidupan hidupnya secara layak, maka ia tidak termasuk orang-orang yang boros.

Selain perilaku boros yang sudah dijelaskan sebelumnya, ada juga perilaku konsumtif yang lain yaitu *isyrāf*. Perilaku ini mempunyai kesamaan dengan perilaku *Tabzir*, sama-sama perilaku yang berlebih-lebihan dalam hal konsumsi, namun perilaku *Isyrāf* lebih kepada bermewah-mewah. Kemewahan merupakan sifat utama penduduk neraka, kemegahan dalam pandangan Islam merupakan faktor utama dari kerusakan maupun kehancuraan individu dan masyarakat. Menurut Imam al-Razi, orang yang mewah adalah yang sombong karena kenikmatan dan kemudahan hidup. Tidak boleh berlebih-lebihan dalam membelanjakan hartanya walaupun di jalan yang halal. Rasulullah bahkan melarang seorang sahabat untuk berlebih-lebihan ketika sedang berwudhu walaupun hanya dengan menggunakan air sungai yang mengalir.⁴⁹

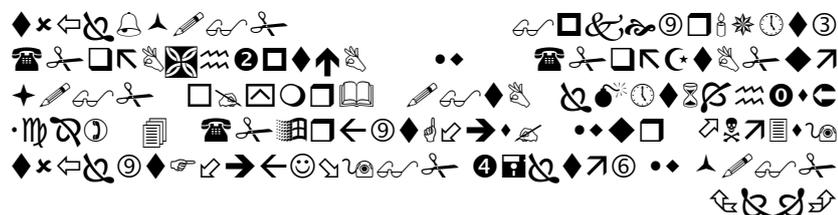
⁴⁸ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*,....., hal. 188.

⁴⁹Ika Yunia Fauzia, *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*,....., hal.190-191

Akan tetapi, tidak ada larangan bagi seorang Muslim untuk bersenang-senang dan membelanjakan uangnya untuk kehidupan duniawi. Selama hal tersebut tidak melampaui batas yang mengakibatkan pada pemborosan. Seperti yang telah dijelaskan di beberapa ayat Al-Qur'an yaitu :⁵⁰

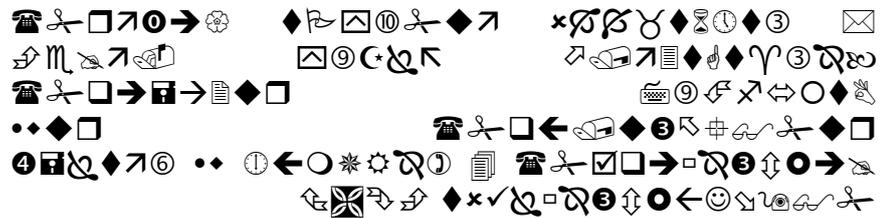


Artinya: “Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila Dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”(QS. Al-An’am (6): 141)



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.”(QS. Al-Maidah (5): 87)

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.



Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”(QS. Al-A’raf (7): 31)

Islam memberikan batasan dari segi kualitas dan batasan dari segi kuantitas di dalam menggunakan harta. Membelanjakan harta yang dibatasi dengan kualitas yaitu tidak dibolehkannya seorang muslim membelanjakan hartanya untuk barang-barang haram. Adapun batasan secara kuantitas adalah manusia tidak boleh terjebak dalam kondisi yang berlebihan-lebihan. Terlebih untuk sesuatu yang bukan merupakan kebutuhan pokok.⁵¹

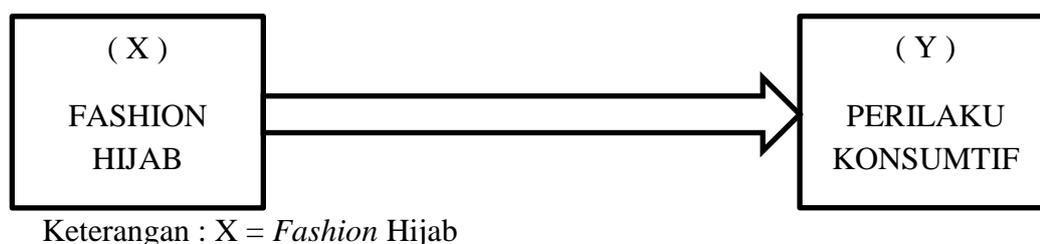
Bersenang-senang untuk urusan dunia dibolehkan di dalam Islam. Namun bersenang-senang harus ada keseimbangan. Islam menginginkan keseimbangan di dalam segala hal, begitu juga di dalam urusan yang berkaitan dengan harta benda. Islam mengharuskan keseimbangan dalam kegiatan ekonomi, seimbang dalam hal modal dan usaha, seimbang dalam hal produksi dan konsumsi, dan juga yang lainnya. Islam melarang seseorang untuk melakukan suatu pemborosan, hidup dalam keadaan yang berlebih-

⁵¹Ika Yunia Fauzia, *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*,....., hal.193.

lebih dan juga Islam melarang hidup dalam keadaan yang bakhil dan kikir.⁵²

C. Kerangka Pemikiran

Islam sudah menjelaskan bagaimana cara yang baik dan benar sesuai dengan syari'ah di dalam membelanjakan harta. Namun pada kenyataannya banyak yang tidak melakukannya. Salah satunya adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang membelanjakan hartanya untuk hal yang tidak berguna dan perilaku ini sangat tidak dianjurkan di dalam Islam. Pada zaman sekarang ini, beragam hal yang dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif salah satunya adalah hijab dan peneliti lebih menekankan kepada *fashion hijab* yang mana setiap waktu *fashion hijab* mengalami perubahan. Hijab pada masa sekarang ini menjadi gaya di kalangan perempuan muslimah, mereka mencoba mengikuti *fashion hijab* seperti apa yang digunakan pada hari ini, besok, lusa dan seterusnya. Hal ini mengakibatkan mereka akan berperilaku secara konsumtif. Mereka akan membeli dan memakai hijab yang menurut mereka apabila mereka menggunakannya mereka akan lebih terlihat bergaya. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Fashion hijab* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Untuk lebih jelasnya terlihat sebagai berikut :



⁵² Ibid., hal.193.

Y = Perilaku Konsumtif

D. Hipotesis

Berdasarkan teori *fashion* hijab dan perilaku konsumsi maka hipotesis penelitian ini adalah ada pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palangka Raya.