

ABSTRAK

Masyarakat di era globalisasi dapat dikatakan sebagai masyarakat konsumsi bahkan bukan hanya sekedar untuk pemenuhan kebutuhan dasar dan fungsional namun telah menjadi budaya bagi setiap kalangan. Sasaran distribusi marketing terbesar saat ini adalah para remaja/mahasiswa karena informasi yang datang lebih cepat terserap dengan adanya lingkungan yang mendukung seperti teman, mengikuti *trend* yang sedang menjadi pusat perhatian agar tidak ketinggalan zaman. Perguruan tinggi X merupakan kampus yang berada di Surabaya, hal yang unik dari kampus ini adalah banyak Diantara mahasiswa tidak hanya menyandang status sebagai pelajar namun juga sebagai pekerja yang memiliki penghasilan sendiri. Berdasarkan penelitian yang diperoleh 60% mahasiswa Surabaya memiliki status sebagai pelajar sekaligus pekerja di kota Surabaya, Pada tahun 2022 kota Surabaya tetap menduduki ranking pertama UMK tertinggi di Jawa Timur yakni Rp. 4.375.479,19 dengan demikian gaji yang diperoleh oleh mahasiswa tersebut justru lebih tinggi dibandingkan dengan memperoleh gaji dengan bekerja di kota lain.

Tujuan penelitian ini guna mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa perguruan tinggi X di Surabaya di era globalisasi, serta ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumsi ditinjau dalam perspektif konsumsi dalam islam. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa perguruan tinggi X Surabaya cenderung

mempertimbangkan pada aspek kepuasan secara material yang condong pada praktik hedonisme. hal ini dipengaruhi oleh kultur kota besar dan sumbangan dari mudahnya akses pembelian secara online serta promo-promo yang memancing gairah konsumerisme. perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa perguruan tinggi X di Surabaya ditinjau dari teori konsumsi ekonomi islam tidaklah sesuai karena tidak memenuhi empat prinsip utama konsumsi yaitu prinsip syari'ah, kualitas, prioritas dan sosial.

ABSTRACT

Society in the era of globalization can be said as a consumption society even not just to fulfill basic and functional needs but has become a culture for every circle. The biggest target of marketing distribution at this time is teenagers/students because the information that comes is absorbed more quickly by the existence of a supportive environment such as friends, following the trend that is being the center of attention so as not to be out of date. College X is a campus located in Surabaya, the unique thing about this campus is that many of the students do not only have the status as students but also as workers who have their own income. Based on research obtained 60% of Surabaya students have the status as students as well as workers in the city of Surabaya. In 2022, the city of Surabaya will still be in the first rank of the highest UMK in East Java, which is Rp. 4,375,479.19 thus the salary earned by the student is actually higher than the salary earned by working in another city.

The purpose of this research is to find out how the consumption behavior of X college students in Surabaya in the era of globalization, and to know how consumption behavior is viewed from the perspective of consumption in Islam. This study uses descriptive qualitative research using a phenomenological approach.

The results of this study indicate that the consumption behavior carried out by students of the X Surabaya college tends to consider the aspect of material satisfaction which tends to the practice of hedonism. this is influenced by the culture of big cities and the contribution of easy access to online shopping and promotions that provoke consumerism. Consumption behavior carried out by X college students in Surabaya in terms of consumption theory of Islamic economics is not appropriate because it does not meet the four main principles of consumption, namely the principles of sharia, quality, priority and social.

Keywords: Perilaku konsumsi mahasiswa perguruan tinggi X di Surabaya, Prespektif konsumsi Islam