

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, keinginan belanja terus mengalami peningkatan. Dari kebanyakan orang menganut gaya hidup seperti ini adalah suatu cara yang tepat untuk dapat masuk kedalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Dengan kemajuan ekonomi yang pesat saat ini dan ditambah masuknya globalisasi industri barang – barang mewah dan bermerek seperti perabot, pakaian, sepatu, tas, kerajinan dan sebagainya, memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat.¹ Hal tersebut diiringi dari tingkat keinginan masyarakat yang lebih tinggi, adapun menyebabkan masyarakat dalam melakukan pembelian jadi bertambah.

Dalam memilih kebutuhan mana kebutuhan yang pokok dan mana kebutuhan yang kurang penting banyak orang yang kurang selektif. Status sosial, mode dan kemudahan yang dibuat untuk bahan pertimbangan dalam membeli suatu produk dari pada pertimbangan ekonomi. Kebutuhan manusia diatas muka bumi ini terdiri dari kebutuhan primer dan sekunder yang selalu berusaha mereka penuhi. Dalam memenuhi kebutuhan setiap individu memerlukan sebuah pengorbanan berupa pengeluaran untuk berbagai macam kebutuhan yang di butuhkan. Pengeluaran inividu biasanya dalam bentuk biaya yang didapat dari pendapatan individu tersebut dan digunakan untuk memenuhi suatu kebutuhan sehingga dapat memenuhi kepuasan secara maksimal.

¹ Sukmawati Assad, *Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syariah Islam)*, Al Amwal Vol. 1, No. 1 Maret 2016. Pada Tanggal 28 Mei 2023, 16

Islam memandang bahwa segala isi yang ada dalam muka bumi ini ialah amanah yang Allah SWT berikan kepada *khalifah* agar di pergunakan sebaik – baiknya guna kesehjahteraan umat. Pemanfaatan yang di berikan Allah SWT kepada khalifah merupakan suatu rangkaian umum dari kegiatan ekonomi dan lebih kecil dari kegiatan konsumsi khusus.²

Dalam memenuhi hidupnya islam telah mengajarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sesuai dengan didominasi oleh kebutuhan (needs) buka hanya sekedar kepada keinginan (*wants*). Untuk memenuhi kebutuhannya seorang muslim hendaknya dalam melakukan pembelanjaan harus secara adil tidak kurang maupun berlebihan dari yang semestinya. Tindakan mengkonsumsi suatu barang/jasa juga di atur dalam agama islam dan dijadikan sebagai landasan utama setiap muslim. Contohnya dari aturan syariat seperti mengkonsumsi barang yang sudah dijelaskan haram untuk di konsumsi, berlebih – lebihan, gaya hidup hedonisme yang mementingkan kesenangan dan kemewahan semata, berfoya – foya atau boros dan periilaku lainnya di larang oleh islam. Konsumsi dalam islam harus sesuai dengan prinsip konsumsi islam yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat muslim yaitu tidak berlebih – lebihan, tidak boros, dan wajar (moderat). Perilaku konsumen muslim harus mempresentasikan hubungan dengan Allah SWT. Konsumen dalam melakukan konsumsi harus sesuai dengan syariat islam dengan tidak mengkonsumsi barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak yang sesuai dengan tujuan hidupnya selamat baik didunia dan diakhirat karena konsumsi yang dilakukan setiap haro adalah bentuk dzikir kepada Allah SWT.

Dalam ilmu ekoomi islam, kegiatan konsumsi muslim bukan hanya di kaitkan dengan pemnuhan kebuthan dan kepuasan, melankan untuk mencapai *masalahah* dunia dan *akhrat*,

² Muhammad, Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam (Yogyakarta : BPFEYogyakarta, 2004), 162

sehingga konsumsi bagi seorang muslim tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan yang menceminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting, karena keimanan memberikan cara pandang dunia dan mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap – sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam kegunaan material maupun spiritual. Inilah yang disebut untuk menyeimbangkan kehidupan duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal – hal yang efektif.³

Konsumen sebagai subjek yang sangat penting bagi seorang pengusaha. Memahami perilaku konsumen (*Consumer Behaviour*) tentunya merupakan hal krusial bagi perusahaan mana pun sebelum menjual atau menawarkan suatu produk.⁴ Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut sering kali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelanjaan produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeza dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan zaman.⁵

Masyarakat mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang “in”, cenderung mengikuti mode yang sedang beredar, sedangkan mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada

³ Sri Wigati, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Maliyah, Vol.01, No. 01, Juni 2011, 37

⁴ Rudy Irwansyah, Perilaku Konsumen, (Bandung : Widina Bhakti Persada), 2021, 3

⁵ Arbanur Rasyid, Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam, Jurnal Hukum Ekonomi, Vol.5, No. 2, Desember : 2019, 176

konsumen yang memakainya, sehingga mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya karena takut disebut ketinggalan zaman. Kenyataan ini membuat masyarakat mempunyai pola konsumtif yang menunjukkan sifat lebih mahal dan lebih mewah dari yang terlihat.

Menurut Muhammad dalam konsumsi, islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma islam adalah memenuhi kebutuhan manusia meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, islam menyarankan agar manusia dapat bertindak di tengah – tengah dan sederhana. Banyak norma – norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, di antaranya adalah *israf* dan *tabdzir*.⁶ Namun, Islam tetap membolehkan seorang muslim untuk menikmati karunia kehidupan selama masih dalam batas kewajaran. Dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf [7]:31 berbunyi bahwa :

﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

n

Artinya : Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. (QS.Al-A'raf :31)⁷

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada umatNya untuk berpakaian yang bagus serta indah namun tetap dengan ketentuan syari'at Islam yaitu pakaian yang bersih, suci, dan menutup aurat ketika akan melaksanakan ibadah sholat. Makan dan minumlah yang baik-baik dari sebagian apa yang telah Allah berikan kepada kita, dan janganlah kita makan dan minum yang berlebih-lebihan karena hal itu dapat mendatangkan penyakit.

⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, 167

⁷ Al-Qur'an Terjemahan, "Q.S Al – A'raf (7) : Ayat 31" (Bandung : CV Fokusmedia, 2015)

Cara hidup yang tidak boros merupakan aspek yang turut mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam ajaran islam perilaku boros merupakan perbuatan tercela. Sebab pada dasarnya seorang pemilik harta bukanlah pemilik sebenarnya secara mutlak, penggunaannya haruslah sesuai dengan kebutuhannya dan ketentuan syariat. Kalaupun seorang ingin memiliki barang – barang mewah, hendaklah ia meneliti kehidupan masyarakat di sekelilingnya agar tidak timbul kecemburuan sosial dan fitnah. Seorang muslim tidak pantas hidup bermewah – mewah ditengah masyarakat yang serba kekurangan. Kecondongan hidup yang konsumtif dan individualistik merupakan warna kehidupan masyarakat pada masa kini.

Salah satu ciri penting dalam islam bahwa Islam ia tidak hanya mengubah nilai – nilai dan kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan – tujuan ini dan menghindari penyalahgunaannya. Ciri khas islam juga memiliki daya aplikatifnya terhadap orang yang terlibat dalam pemborosan atau *tabdzir*. Dalam hukum (fiqh) islam, orang semacam itu seharusnya dikenai pembatasan – pembatasan dan, bila dianggap perlu, dilepaskan, dan di bebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri. Dalam pandangan syariah dia seharusnya diperlukan sebagai orang tidak mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya.⁸

Toko Ayu Citra Jombang merupakan salah satu toko baju muslim yang berada di Kota Jombang . Toko Ayu Citra berdiri pada tahun 2018, dan pertama kali berjualan di Perumahan Kencana Mutiara Blok A3 No.10,Mancar Utara, Kabupaten Jombang. Produk yang ditawarkan

dengan mudah dilihat pada akun Instagram milik Ayu Citra. Untuk menambah promosi agar lebih dikenal oleh warga jombang dan sekitarnya, Owner Ayu Citra mencoba berjualan

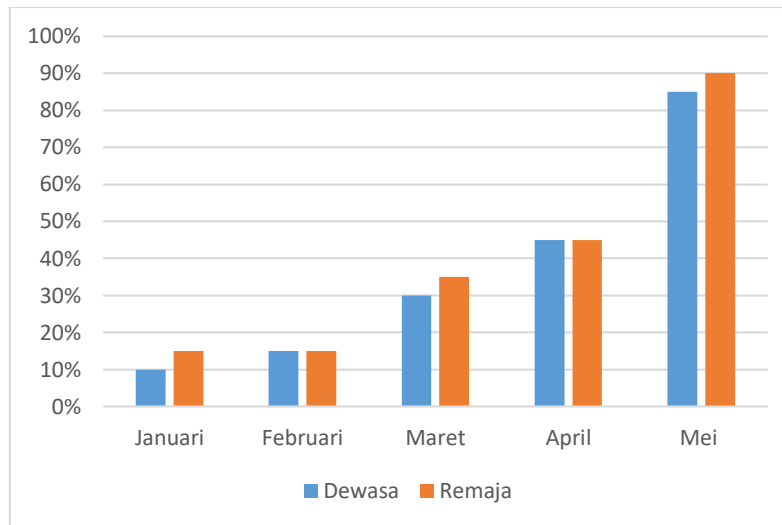
⁸ M.Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta : KENCANA, 2010), 87

setiap hari minggu pada acara Car Free Day. Dengan menawarkan barang dengan model kekinian, menggunakan bahan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau membuat banyak masyarakat semakin mengenal Ayu Citra dan menjadi pelanggan disetiap hari minggu. Toko Ayu Citra juga menyediakan beberapa pilihan fashion yang *trendy* dan dengan harga yang relatif terjangkau.

Perilaku konsumtif di kalangan masyarakat kini terjadi karena perkembangan zaman yang sangat pesat, di Toko Ayu Citra jombang contohnya banyak masyarakat jombang mengenal Toko Ayu Citra dari mulut ke mulut dan juga dari media sosial. Di sosial media sendiri Toko Ayu Citra juga menyediakan untuk pembelian secara online. Dengan pengikut sosial media (Instagram) sebanyak 123.000 *followers* dapat dikatakan bahwa banyak masyarakat yang tertarik dengan produk yang mereka jual. Cara promosi yang sangat gencar juga dapat mempengaruhi para pembeli untuk tertarik membeli produk mereka. Dari model baju yang dijual yang mengikuti trend masa kini juga membuat para konsumen tertarik, dengan harga yang relatif terjangkau dan kualitas yang bagus juga mempengaruhi minat beli para konsumen. Berikut data awal yang di peroleh dari Toko Ayu Citra Jombang terkait karakteristik konsumsi ditahun 2022.

Gambar 1.1

Karakteristik Konsumsi di Toko Ayu Citra Jombang



Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan gambar 1.1 bahwa karakteristik konsumsi yang paling ramai mengunjungi toko adalah para remaja dimana mereka lebih sering mengunjungi toko dan melakukan pembelian. Dengan rata – rata pelanggan anak sekolah dari jenjang SMP, SMA sampai anak perkuliahan. Dimana mereka akan membeli suatu barang karena melihat teman yang memakai barang lagi *trend* masa kini. Para pelanggan juga biasanya tertarik untuk membeli barang – barang yang di promosikan lewat media sosial (instagram) dari situ banyak yang tau akan barang yang baru ataupun barang yang lagi *trend*, ini dapat dilihat dari barang yang jika di promosikan lewat sosial media lebih cepat habis. Dengan harga yang relatif terjangkau dan dengan model baju yang beragam membuat toko Ayu Citra banyak di kunjungi setiap harinya.

Dalam hal ini yang perlu diperhatikan bagaimana para masyarakat dalam melakukan kegiatan konsumsi di Toko Ayu Citra yang baik menurut islam dan bagaimana penerapan masyarakat terhadap perilaku konsumtif yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Perilaku ini jika di biarkan akan menjadi kebiasaan yang berdampak menjadi gaya hidup konsumtif tanpa memperhatikan kebutuhan yang seperlunya.

Dari paparan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk mendeskripsikan dan menganalisis mengenai masalah perilaku konsumtif yang terjadi pada para konsumen di Toko Ayu Citra mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada masyarakat menurut perspektif ekonomi islam yang akan di tuangkan dalam penelitian sebuah skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *FASHION* DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka permasalahan yang akan di bahas sebagai berikut ;

1. Apa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian fashion muslim pada Toko Ayu Citra by Monokrom Jombang ?
2. Bagaimana perilaku konsumen pada Toko Ayu Citra By Monokrom Jombang dalam pembelian fashion muslim berdasarkan etika konsumsi di tinjau dari perspektif ekonomi islam ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian fashion muslim pada Toko Ayu Citra by Monokrom Jombang Untuk mengetahui perilaku konsumen pada Toko Ayu Citra By Monokrom Jombang dalam pembelian fashion muslim di tinjau dari perspektif ekonomi islam

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dan menambahkan wawasan pengetahuan bagi penulis tentang bagaimana perilaku konsumen masyarakat dalam melakukan belanja fashion muslim di Toko Ayu Citra serta bias belajar secara langsung dengan cara meneliti ke lapangan.

2. Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat di pertanggungjawabkan khususnya bagi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura terkait perilaku konsumen masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru kepada masyarakat tentang keputusan belanja yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

D. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu di maksudkan untuk memberikan informasi sebagai bahan perbandingan, sehingga peneliti dapat menghindari plagiarism. Ada beberapa peneliti yang telah dilakukan oleh beberapa orang antara lain yaitu :

1. Peneliti Ananda Rizki Pratama pada tahun 2022 yang berjudul *“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Olahan Kripik Tempe Rini Snack Di Kota Duri”* Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama – sama meneliti mengenai tentang perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu tersebut meneliti objek penelitian di Pondok Pesantren Al Fatimah Darussalam Mekar Agung Pucanganom Kebonsari Madiun, sedangkan dalam penelitian ini memiliki objek penelitian pada Toko Ayu Citra Jombang, serta teknik pengolahan data.

2. Peneliti Eni Nu Aeni pada tahun 2019 yang berjudul *“Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang”*

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Persamaan dengan peneliti ini adalah keduanya sama – sama menganalisis perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti saat ini menggunakan penelitian kualitatif. Dan juga perbedaannya terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu meneliti pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang, sedangkan dalam peneliti ini memiliki objek penelitian pada Toko Ayu Citra Jombang.

3. Peneliti Ahsan Lodeng pada tahun 2018 yang berjudul *“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma’had Al-Jami’ah UIN Raden Intan Lampung)”*

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Persamaan dengan peneliti ini adalah keduanya sama – sama menganalisis perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti saat ini menggunakan penelitian kualitatif. Dan juga perbedaannya terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu meneliti pada Mahasiswa Santri Ma’had Al-Jami’ah UIN Raden Intan Lampung, sedangkan dalam peneliti ini memiliki objek penelitian pada Toko Ayu Citra Jombang.

4. Peneliti Putri Ramadati pada tahun 2021 yang berjudul *“Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Pembelian Kuota internet Selama Pandemi Covid-19 (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Angkatan 2017 – 2018)”*

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Persamaan dengan peneliti ini adalah keduanya sama – sama menganalisis perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti saat ini menggunakan penelitian kualitatif. Dan juga perbedaannya terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu meneliti pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Angkatan 2017 – 2018, sedangkan dalam peneliti ini memiliki objek penelitian pada Toko Ayu Citra Jombang.

5. Peneliti Rani Oktavia pada tahun 2018 yang berjudul *“Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)”*

Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama – sama menggunakan penelitian kualitatif dan juga sama – sama menganalisis perilaku konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu tersebut meneliti objek penelitian Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur, sedangkan dalam penelitian ini memiliki objek penelitian pada Toko Ayu Citra Jombang.