

## ABSTRAK

Konsumsi merupakan kegiatan penggunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan hidup seseorang. Kegiatan berkonsumsi dalam Islam bukan hanya dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan saja, melainkan juga untuk mencapai *maslahah* dunia dan akhirat. Dalam perkembangan zaman dapat mempengaruhi seseorang dalam berkonsumsi. Hal ini salah satunya dipengaruhi oleh budaya salah satunya budaya *Korean wave* yang mengakibatkan konsumen membeli barang lebih banyak atas keinginan. Produk BTS Meal merupakan salah satu bagian dari adanya *Korean wave* yang merubah perilaku berkonsumsi seseorang dari awalnya membeli karena kebutuhan berubah membeli karena keinginan dan kurang memperhatikan sisi *maslahat*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif dan jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data primer maupun sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen produk BTS Meal melakukan konsumsi dengan kurang menerapkan konsep konsumsi ekonomi Islam. Mereka membeli produk tersebut karena ingin memiliki *merchandise* serta hanya karena mengidolakan *boybandnya* saja. Mereka juga kurang menerapkan kemaslahatan dalam berkonsumsi dimana dalam pembelian produk ini mengakibatkan dampak negatif. Akan tetapi, konsumen produk BTS Meal dalam pembelian suatu barang memprioritaskan kebutuhan pribadi dan tidak memaksa ketika tidak mampu dalam membeli suatu barang.

**Kata kunci : Perilaku Konsumen, Konsumsi Dalam Islam, Ekonomi Islam.**

## **ABSTRACT**

*Consumption is the activity of using goods or services to meet the needs or desires of a person's life. Consuming activities in Islam are not only to fulfill needs and desires, but also to achieve the benefits of the world and the hereafter. However, the development of the times can affect a person's consumption. This is influenced by culture, one of which is the Korean wave culture, which causes consumers to buy more goods according to their wishes. The BTS Meal product is one part of the Korean wave that changes a person's consumption behavior from initially buying because the need changes to buying because of desire and less attention to the benefit side. This is inversely proportional to consumption in Islamic Economics, which buys because it prioritizes needs and pays attention to benefits.*

*This research uses a qualitative descriptive approach and this type of research is a field research. Researchers conducted observations, interviews, and documentation to obtain primary and secondary data.*

*The results showed that consumers of BTS Meal products consume less by applying the concept of Islamic economic consumption. They buy these products because they want to have merchandise and just because they idolize the boyband. They also do not apply the benefits of consumption where the purchase of this product has a negative impact. However, consumers of BTS Meal products in purchasing an item prioritize personal needs and do not force them when they cannot afford to buy an item.*

**Keywords: Consumer Behavior, Consumption in Islam, Islamic Economic.**