



**GAYA HIDUP MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN  
BATUSANGKAR DALAM MEMBELI BARANG BRANDED  
IMITASI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
(S-1)  
Jurusan Ekonomi Syariah*

**RATRI APRILIESTA  
1730402069**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BATUSANGKAR  
2022 M/ 1443 H**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ratri Apriliesta  
NIM : 1730402069  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 31 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



**Ratri Apriliesta**  
**NIM. 1730402069**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Ratri Apriliesta**, NIM. 1730402069 dengan judul: **“Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam”** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 31 Januari 2022

**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

**Pembimbing**

Gampito, S.E., M.Si  
NIP. 196702192005011005

Tezi Asmadia, M.E.Sy  
NIP. 199006192019032006

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Institut Agama Islam Negeri (IAIN)**

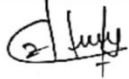


**Batusangkar**



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP  
NIP. 197310072002121001

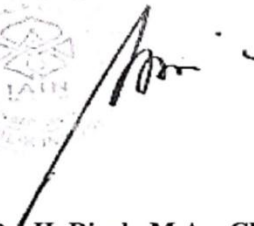
### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang ditulis oleh Ratri Apriliesta, NIM.1730402069, dengan judul **Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar Dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam**, telah diuji dalam ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Sabtu, 12 Februari 2022 dan dinyatakan telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah. Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No.	Nama Penguji	Status Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Tezi Asmadia, S.H.I., M.E.Sy</u> NIP.19900619 201903 2 006	Ketua		17/2-2022
2	<u>Dr. H. Rizal., M.Ag, CRP</u> NIP. 19731007 200212 1 001	Anggota		
3	<u>Ifelda Nengsih, SE.I., MA.,CRP</u> NIP. 19860817 201903 2 006	Anggota		16/02-2022

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Batusangkar



  
Dr. H. Rizal., M.Ag, CRP  
NIP. 19731007 200212 1 001

## ABSTRAK

**RATRI APRILIESTA/ NIM. 1730402069**, Judul Skripsi: **“Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang dalam membeli suatu barang hanya mementingkan apa yang diinginkan dan mengikuti trend yang terus berkembang, bukan berdasarkan apa yang dibutuhkan serta menghabiskan waktu untuk kesenangan semata. Dalam prinsip dasar konsumsi menurut perspektif Ekonomi Islam, mengkonsumsi diorientasikan pada 2 bagian yaitu yang langsung untuk kepentingan di dunia dan akhirat. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat, serta harta merupakan tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Tujuan pembahasan ini untuk mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian yang penulis lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa beberapa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah memiliki gaya hidup modern yaitu pola tingkah laku sehari-hari golongan manusia yang sesuai tuntutan zaman, yang menimbulkan minat seseorang dalam berbelanja barang-barang yang branded terlebih barang tersebut sedang trend. Selain itu juga pola pikir dengan membeli barang yang sedang diskon atau lebih murah dari harga biasanya meimbulkan keinginan untuk membeli. Dalam mengisi waktu luang beberapa mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah menggunakan waktunya hanya untuk kesenangan semata, dengan mengunjungi pusat perbelanjaan, tempat wisata, serta cafe bersama teman-temannya.

## DAFTAR ISI

### COVER

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat dan Luaran penelitian .....	9
F. Definisi Operasional .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
1. Gaya Hidup.....	11
a. Pengertian Gaya Hidup.....	11
b. Jenis-Jenis Gaya Hidup .....	14
c. Indikator Gaya Hidup .....	15
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Gaya Hidup ....	16
e. Gaya Hidup Pada Masyarakat Modern.....	18
2. Perilaku Konsumen .....	19
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	19
b. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
c. Tipikal Perilaku Konsumen Gaya Hidup.....	23
d. Perilaku Konsumen Menurut Ekonomi Islam .....	25
3. Konsumsi dalam Ekonomi Islam.....	29
a. Pengertian Konsumsi dalam Ekonomi Islam.....	29
b. Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Ekonomi Islam.....	32

c. Batasan Konsumsi dalam Islam.....	33
B. Penelitian Relevan.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis Penelitian .....	38
B. Latar dan Waktu Penelitian .....	38
C. Instrumen Penelitian .....	39
D. Sumber Data .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Teknik Analisis Data .....	42
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	44
1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	44
2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	50
3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	51
4. Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.....	51
B. Temuan Khusus Penelitian .....	52
C. Pembahasan .....	58
1. Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar Dalam Membeli Barang Branded Imitasi menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian.....	39
---	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, belanja bukan hanya untuk membeli barang yang dibutuhkan atau untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi belanja telah menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan dan pemenuhan kebutuhan psikologis. Belanja merupakan kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam konteks perekonomian. Namun kata yang sama telah berkembang, artinya sebagai suatu cerminan gaya hidup. Belanja juga memiliki arti tersendiri bagi remaja yaitu dianggap sebagai cara untuk memperkuat citra diri mereka terhadap teman maupun orang-orang yang berada di tempat remaja tersebut berbelanja.

Gaya hidup (life style) merupakan gaya hidup yang berkaitan dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, untuk apa yang penting pertimbangkan pada minat dan lingkungannya, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar. (Mardian dan Siti, 2019: 240)

Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan cara mengalokasikan waktu. Gaya hidup adalah prinsip yang dipakai untuk memahami tingkah laku individu. Setiap perilaku individu membawa gaya hidupnya sendiri, seperti berangan-angan, berfikir, dan bertindak dalam gayanya sendiri. Gaya hidup melatarbelakangi sifat khas individu dan tiap orang memiliki gaya hidup sendiri-sendiri, walaupun memiliki tujuan yang sama yaitu superioritas.

Gaya hidup bisa diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang mereka konsumsi, dan bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Gambaran gaya

hidup mahasiswa yang diharapkan yakni mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang mengisi waktunya dengan belajar untuk menambah pengetahuan, ketrampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Maksudnya gaya hidup tersebut membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswa. Perilaku konsumsi mahasiswa yang mulai terbiasa lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya setara, kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang. (Aslamiyah, 2020: 38)

Mahasiswa tergolong masa usia remaja, masa remaja yang merupakan periode transisi kehidupan manusia dan anak-anak menuju dewasa, yang terdapat proses pencarian jati diri. Menurut Monks (Fenny, 2014) remaja memang menginginkan agar penampilan, gaya tingkah laku, cara bersikap dan lain lainnya dan lain-lainnya akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok teman sebaya. Begitupun yang dikatakan oleh Hasibuan (2010) dengan membeli pakaian atau barang keluaran terbaru individu memiliki ekspektasi bahwa produk yang dibeli dapat meningkatkan gengsi di depan teman-temannya.

Setiap hari manusia melakukan kegiatan konsumsi pada masa hidupnya. Kegiatan konsumsi ialah pekerjaan atau kegiatan memakai atau menggunakan suatu produk barang dan jasa faktor yang diproduksi oleh produsen untuk memperoleh kepuasan maksimal. Pada umumnya proses konsumsi diawali dengan proses pembelian. Keputusan pembelian dapat

diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa. (Kotler dan Susanto, 2001: 22)

Seseorang yang memutuskan untuk membeli sebuah tas merek tertentu, pakaian, aksesoris atau yang lainnya, bukan sekedar karena ingin membeli fungsi pertama atau fungsi interen dari produk yang dibelinya itu, tetapi ia juga berkeinginan untuk membeli fungsi social yang lain. Artinya seseorang membeli tas atau yang lainnya tidak selalu karena ia butuh tetapi bias juga didorong oleh tujuan-tujuan yang lainnya. (Suyanto, 2013: 140)

Konsumsi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan, karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan juga memberikan saringan moral dalam membelanjakan hartanya dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Namun kebanyakan orang menjadikan konsumsi bukan sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar manusia, tetapi hanya sekedar keinginan pribadi yang bukan atau merupakan kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu, seseorang cenderung melakukan konsumsi yang tidak terbatas. Dalam kehidupan sehari-hari keuangan adalah alat yang sudah melekat kuat pada masyarakat. Maka, setiap orang dapat secara optimal menggunakan produk-produk finansial dan dapat membuat keputusan yang tepat pada keuangan pribadi. Salah satu kecerdasan yang dimiliki oleh manusia adalah kecerdasan finansial, yaitu dimana seseorang mampu mengelola keuangan pribadi. Pengetahuan keuangan sangatlah penting, karena dengan mengetahui tentang keuangan seseorang dapat menyetir suatu kebutuhan untuk mengatur gaya hidup. (Lutfi, 2018: 25)

Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Menurut Monzer Khaf terdapat tiga prinsip dasar yang menjadi pondasi teori perilaku konsumsi, yaitu: Pertama, seorang muslim harus meyakini dengan keimanan adanya hari kiamat dan kehidupan diakhirat. Keyakinan ini akan

membawa dampak mendasar pada perilaku konsumsi, yaitu pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan pada dua bagian yaitu yang langsung dikonsumsi untuk kepentingan di dunia dan akhirat serta jumlah jenis pilihan konsumsi kemungkinan menjadi lebih banyak, sebab mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat. Kedua, sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat serta menjauhkan diri dari kejahatan. Ketiga, harta merupakan anugerah Allah dan bukan merupakan suatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Berdasarkan prinsip ketiga diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi seorang muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimum. (Sari, 2020: 33-34)

Akan tetapi, kebanyakan yang terjadi pada konsumen saat ini adalah terkadang sulit membedakan antara kebutuhan (*need/hajah*) dengan keinginan (*want/raghbah*). Tuntutan gaya hidup pada saat ini, menjadikan manusia mengarah kepada sikap pemborosan yang tidak terhentikan, kerana diliputi oleh pemikiran untuk berkonsumsi secara terus menerus. Dalam memenuhi kebutuhan peran keinginan lebih besar berpengaruh terhadap keputusan dalam memenuhi kebutuhan.

Terutama bagi mereka yang sedang menuntut ilmu pengetahuan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Islam. Meskipun mereka memiliki pengetahuan tentang Islam, dan berada dilingkungan yang serba Islami, mulai dari Universitas, Fakultas serta Jurusannya, bahkan mempelajari gaya hidup dan perekonomian yang dipadukan dengan ajaran-ajaran Islam, sebagai panut ajaran yang dibawakan oleh Muhammad saw, namun tidak menjadi sebuah jaminan bahwa mahasiswi Ekonomi Islam untuk tidak terjebak dalam perilaku negatif seperti perilaku hedonisme. Sebagai kaum terpelajar, yang

harus selektif dalam menyikapi perubahan budaya baru, yang cenderung hidup berfoya-foya, bermewah-mewahan, demi memenuhi kesenangan dan hasrat yang tanpa batas.(Mardian dan Siti, 2019: 238-239)

Kegiatan konsumsi yang menimbulkan kecanduan dalam belanja membuat perilaku mahasiswa lebih cenderung mementingkan kesenangan duniawi. Hal tersebut terjadi karena pengelolaan keuangan kebanyakan mahasiswa saat ini yang kurang baik dan adanya kebutuhan-kebutuhan yang mendesak. Kebiasaan bagi mahasiswa kebanyakan dalam mengkonsumsi barang-barang yang tidak dibutuhkan masih menjadi hal yang paling sering terjadi. Kebiasaan tersebut disebabkan karena pergaulan yang terlalu mengikuti gaya hidup mewah. Akibatnya masih banyak mahasiswa yang mengeluarkan uangnya untuk mementingkan keinginan daripada kebutuhan atau keperluan pokoknya. Mereka lebih cenderung menghabiskan uangnya untuk belanja dan memenuhi segala keinginannya.

Berdasarkan penelusuran dilapangan diketahui bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar sering berkumpul bersama teman-temannya, sehingga cenderung mengalami perubahan gaya hidup dan perubahan perilaku konsumsinya. Mereka cenderung terlihat merubah gaya hidup, kebiasaan, dan tatanan kehidupan dengan melihat hal-hal baru yang ada di sekitar mereka. Terlebih ketika berbicara tentang fashion, maka yang akan terbayang adalah trend dan mode. Saat sekarang ini kebanyakan para mahasiswa lebih banyak mengkonsumsi barang dan aksesoris seperti pakaian, tas, dan sepatu yang sebetulnya tidak terlalu dibutuhkan.

Peneliti telah melakukan pra survey terhadap delapan orang mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar. Dari delapan orang tersebut terdapat lima orang yang cenderung memiliki gaya hidup dilihat dari mereka mengkonsumsi barang-barang *branded* imitasi, dengan memperoleh hasil sebagai berikut:

A merupakan salah satu mahasiswa yang tinggal dengan kerabatnya. Dalam kebutuhan sehari-hari A diberi uang jajan oleh orang tua dan sedikit diberi tambahan oleh saudaranya yang sudah bekerja. Menurut keterangan dari A ia sering menghabiskan uangnya hanya untuk membeli koleksi barang-barang *branded* imitasi yang ia inginkan, A mengetahui bahwa barang yang dia beli itu adalah tiruan tetapi ia tetap membelinya karena menurutnya dalam membeli barang tersebut dia merasakan kesenangan tersendiri, karena menurutnya gaya hidup itu penting dan juga supaya bisa di *upload* bagus di instagram. A mengatakan dalam membeli barang ia tidak mempertimbangkan dengan matang melainkan atas dasar keinginan sendiri, penilaian orang lain dan gaya hidup. Hal tersebut terlihat dari keputusan pembeliannya yang hanya mengutamakan kepuasan diri sendiri. A hanya mementingkan keinginan hanya agar untuk terlihat *instagramable* di media sosial, hal ini bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam perspektif ekonomi islam karena dalam konsumsi menurut perspektif ekonomi islam seseorang harus mengkonsumsi berdasarkan kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan. (Suci, Wawancara pra-riset, 19 Mei 2021)

Pra survey yang kedua dengan B mahasiswa yang juga tinggal dengan orang tuanya yang mana uang jajannya juga berasal dari orang tuanya. B mengatakan bahwa minat belanja seringkali timbul karena adanya diskon yang ditawarkan oleh sebuah pusat perbelanjaan. Sehingga timbul keinginan untuk membeli meskipun barang yang dibeli tidak terlalu dibutuhkan karena barang yang dimiliki masih layak pakai. Selain itu *trend* menjadi salah satu pemicu gaya hidupnya agar tidak tertinggal dari teman-temannya yang lain. B memiliki kebiasaan selalu ada waktu buat nongkrong dengan teman-temannya serta berbelanja baju, tas, sepatu. Seperti barang-barang dengan *merk* chanel serta *merk* terkenal lainnya yang banyak beredar dalam bentuk tiruan/imitasi. Disini B cenderung hanya ingin mengoleksi barang yang harganya terjangkau karena adanya diskon padahal B belum tentu membutuhkan barang tersebut. Hal ini jelas

merupakan perilaku yang sia-sia dan boros, karena B hanya mementingkan kesenangan dunia sedangkan dalam perspektif ekonomi islam seseorang harus mengkonsumsi hendaknya mencapai masalah yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat bukan hanya kebahagiaan di dunia saja. (Putri, Wawancara pra-riset, 20 Mei 2021)

Pra survey ketiga dengan C, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang kos di dekat kampus 2 IAIN Batusangkar. Dalam memenuhi kebutuhannya C diberi jajan oleh orang tuanya. C merupakan salah satu mahasiswa yang memiliki hobi mencari kesenangan dan hiburan. C cenderung menyalurkan mencari kesenangan tersebut dengan berbelanja baju, tas, sepatu serta jalan-jalan dan nongkrong bersama teman-temannya. C juga mengatakan bahwa ia sering membeli barang-barang *branded* imitasi salah satu barang yang dibeli C yaitu tas *merk* Channel karena C merasa dalam memakai barang tersebut menjadi kepuasan tersendiri bagi dirinya. Hal ini merupakan perilaku yang dilakukan oleh C yang hanya mementingkan kesenangan dunia saja dan sebagai mahasiswa tidak seharusnya C bersifat itu karena itu merupakan tindakan yang boros dan sia-sia karena C hanya mementingkan kesenangan dunia sedangkan dalam perspektif ekonomi islam seseorang harus mengkonsumsi hendaknya mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.(Pera, Wawancara pra-riset, 4 Desember 2021)

Pra survey keempat dengan D, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan tahun 2017 yang kos di dekat kampus 2 IAIN Batusangkar. Menurut keterangan D, ia suka berbelanja barang-barang *branded* imitasi seperti Gucci, Adidas, dan lainnya karena D merasa memiliki ketertarikan ketika melihat barang dengan kualitas bagus dan harga yang terjangkau. D merasakankepuasan tersendiri karena sudah membeli barang-barang yang ia inginkan tersebut walaupun D mengetahui barang tersebut imitasi.Hal tersebut terlihat dari keputusan pembeliannya yang hanya mengutamakan kepuasan diri sendiri yang bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam perspektif ekonomi islam karena dalam

konsumsi menurut perspektif ekonomi islam seseorang harus mengkonsumsi berdasarkan kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan. (Lisa, Wawancara pra-riset, 5 Desember 2021)

Pra survey kelima dengan E, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan tahun 2017. E merupakan mahasiswa yang sudah mempunyai penghasilan sendiri dengan berjualan pakaian di pasar. Dalam memenuhi kebutuhannya E diberi jajan oleh orang tuanya dan mendapatkan tambahan dari pekerjaannya. E merupakan salah satu mahasiswa yang memiliki hobi berbelanja sepatu dan tas, E mengatakan bahwa ia memiliki barang-barang yang bermerk seperti Channel dan Gucci. E menganggap menyalurkan hobi dengan berbelanja menjadi kesenangan tersendiri bagi dirinya. Hal ini merupakan perilaku hedonisme yang dilakukan oleh E karena E hanya mementingkan kesenangan dunia saja dan sebagai mahasiswa tidak seharusnya E bersifat itu karena itu merupakan tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam perspektif ekonomi islam. (Liza, Wawancara pra-riset, 5 Desember 2021)

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar Dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam”*

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian ini dan menghindari meluasnya permasalahan maka penulis memfokuskan masalah yang akan diteliti adalah gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif ekonomi Islam.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil suatu rumusan masalah untuk penelitian ini, yaitu “Bagaimana gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif ekonomi Islam?”

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diambil suatu tujuan untuk penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif ekonomi Islam.

### **E. Manfaat dan Luaran Penelitian**

#### **1. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, dapat diambil suatu manfaat untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **a. Secara teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah menambah pengetahuan pemahaman mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar tentang gaya hidup menurut perspektif ekonomi Islam

##### **b. Manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu dijadikan bahan informasi khususnya bagaimana gaya hidup yang baik dalam memenuhi kebutuhan menurut perspektif ekonomi Islam**

#### **2. Luaran Penelitian**

Luaran penelitian dari penelitian ini adalah untuk dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah.

## **F. Defenisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul yang terdapat pada skripsi ini, maka penulis mengemukakan penjelasan dalam istilah judul skripsi ini sebagai berikut:

### **1. Gaya Hidup**

Gaya hidup (*life style*) adalah sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana cara seseorang dalam menghabiskan waktunya (aktifitas), apa hal yang penting yang orang pertimbangkan dalam lingkungannya (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri disekitarnya (opini). (Mukharomah, 2019:10)

### **2. Mahasiswa**

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan Universitas. Mahasiswa yang dimaksud disini yaitu mahasiswa yang masih terdaftar namanya sebagai pelajar pada Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Gaya Hidup**

###### **a. Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup (life style) merupakan gaya hidup yang berkaitan dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, untuk apa yang penting pertimbangan pada minat dan lingkungannya, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar. (Mardian dan Siti, 2019: 240)

Gaya hidup menurut Assel merupakan pola sehari-hari individu yang dinyatakan dalam bentuk aktifitas, minat dan opini. Dalam hal ini diidentifikasi aktivitas yang dimaksudkan adalah cara bagaimana individu menggunakan waktunya, minat merupakan hal yang menarik dari lingkungannya yang dapat membuat seseorang memperhatikan baik secara sadar maupun tidak sadar serta opini merupakan hal-hal yang dipikirkan individu tentang diri dan lingkungannya.

Sedangkan definisi gaya hidup menurut Adler (dalam Alwisol, 2011: 73) adalah cara yang unik dari setiap orang dalam berjuang mencapai tujuan khusus yang telah ditentukan orang itu dalam kehidupan tertentu dimana ia berada. Gaya hidup dinyatakan sebagai hal yang wajar apabila keberlangsungannya tidak mendominasi dan mengesampingkan kepentingan yang lain seperti akademik dan pekerjaan. Pada realitanya banyak orang yang justru mengutamakan gaya hidup mengejar kesenangan materi dan berfoya-foya dari pada harus memikirkan tanggung jawab atas status yang disandangnya. Mereka cenderung mengejar kesenangan dengan berbagai upaya apapun termasuk di dalamnya justru akan menimbulkan masalah yang secara tidak langsung mereka sadari. Kecenderungan gaya hidup seperti itu banyak

dikenal dengan istilah gaya hidup hedonis atau mengejar kesenangan yang bersifat materi dan kesenangan indera.

Menurut Pilliang gaya hidup adalah pola (durasi, intensitas, kuantitas) penggunaan waktu, ruang dan barang di dalam kehidupan sosial. Gaya hidup dibentuk di dalam sebuah ruang sosial yang di dalamnya terjadi sintesis antara aktivitas belanja dan kesenangan. Di dalam kapitalisme masyarakat dikonstruksi secara sosial dalam berbagai ruang gaya hidup, yang membuat mereka sangat bergantung pada irama pergantian gaya, citra, status yang ditawarkan di dalamnya.

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga di sebut modernitas, maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lainnya. Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya. Sementara itu, gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok. Gaya hidup pribadi menimbulkan permintaan akan pencarian barang, jasa, ataupun aktivitas secara pribadi yang membentuk pola pergaulan yang dirasakan.

Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima oleh kelompok sosial dengan pola-pola perilaku tertentu. Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perkembangan jaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. (Nurpadila, 2020: 21-22)

Konsep gaya hidup konsumen sedikit berbeda dari kepribadian. Gaya hidup terkait dengan bagaimana seseorang hidup, bagaimana menggunakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu mereka. Kepribadian menggambarkan konsumen lebih kepada perspektif interal, yang memperlihatkan karakteristik pola berfikir, perasaan dan persepsi mereka terhadap sesuatu. Gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, dan selanjutnya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidup individu tersebut.

Simamora mengkategorikan gaya hidup menjadi dua bagian:

- 1) Gaya hidup normatif (normative life style) menggambarkan pengharapan cultural tersebut dibebankan kepada individu oleh masyarakat mereka dan merujuk pada sistem nilai ekonomi dan konsumen sebuah masyarakat. Sistem nilai ini terdiri atas pengaruh sistem gabungan dari agama suatu masyarakat dan sikapnya terhadap pembangunan ekonomi, hukum dan sebagainya.
- 2) Gaya hidup pribadi (personal life style) merujuk kepada keyakinan individu tentang aktivitas konsumen individu di dalam kultur atau sub kultur mereka. Hal-hal seperti perilaku berbelanja, kesadaran harga dan keterlibatan keluarga dan proses pembelian terwujud akibat dari gaya hidup pribadi, sikap psikologis pengalaman situasi sosial dan ekonomi yang spesifik, lingkungan fisik dan yang lainnya.

Menurut Kasali, mengemukakan bahwa para peneliti pasar menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel yaitu aktivitas, interest (minat), dan pendapat (pandangan-pandangan). Menurut

Simamora Henry gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal :

- 1) Bagaimana mereka menghabiskan waktunya.
- 2) Minat mereka, apa yang dianggap penting di sekitarnya.
- 3) Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri, maupun terhadap orang lain.
- 4) Karakter-karakter pasar seperti yang telah mereka lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal. (Rusdiana, 2014: 11-12)

#### **b. Jenis-Jenis Gaya Hidup**

Gaya hidup konsumen terdiri dari berbagai macam jenis, Secara umum, jenis gaya hidup konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Gaya Hidup Mandiri Yaitu kemampuan untuk hidup tanpa bergantung dengan lain.
- 2) Gaya Hidup Modern Yaitu dimana keinginan akan penggunaan teknologi dan informasi digital.
- 3) Gaya Hidup sehat Gaya hidup ini adalah gaya hidup yang tepat untuk dijalani, hidup dengan lingkungan, pola makan, dan fikiran yang sehat yang dapat memberikan hasil yang baik dan positif.
- 4) Gaya Hidup Hedonis Gaya hidup hedonisme merupakan suatu pola fikir yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup semata, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain dan selalu ingin jadi pusat perhatian.
- 5) Gaya Hidup Bebas Gaya hidup ini dimana dalam menjalankan kehidupan seseorang mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang ada dimasyarakat. (Mardian dan Siti, 2019: 241)

- 6) Gaya Hidup Hemat. Hidup sesuai dengan kemampuan, konsumen yang mampu berfikir secara ketat terkait pengelolaan uangnya.

Berdasarkan keenam poin macam-macam gaya hidup tersebut maka dapat dijelaskan bahwa gaya hidup mandiri adalah kemampuan hidup tanpa bergantung mutlak kepada orang lain, untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Sementara gaya hidup moderen adalah istilah yang sering kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup yang sarat dengan teknologi dan kecanggihan. Teknologi sangat berperan untuk mengefisienkan segala sesuatu yang kita lakukan, baik dimasa kini maupun masa depan, dengan satu tujuan yaitu mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum, di jaman sekarang ini yang serba moderen dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal. (Nurpadila, 2020: 23)

Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup Jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu Tauhid. Adapun gaya hidup Jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup di kehidupannya. (Naqiah, 185)

### **c. Indikator Gaya Hidup**

Menurut Sunarto indikator gaya hidup diantaranya:

1. Activities (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan,

kegiatan apa yang dilakukan. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

2. Interest (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
3. Opinion (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. (Aditya, 2017: 8)

#### **d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Gaya Hidup**

Menurut Kotler, secara garis besar faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup seseorang dibedakan menjadi dua faktor yaitu :

##### 1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang muncul dari dalam diri individu yang didasarkan pada keyakinan diri sendiri untuk bergaya hidup sesuai dengan keinginannya.

- a) Sikap Sikap sebagai pandangan perasaan dan kecenderungan bertindak suatu hal terhadap objek tertentu.
- b) Pengamatan dan pengalaman Hal ini diperoleh dari hasil interaksi manusia dengan lingkungannya dan dapat juga dari hasil belajar.
- c) Kepribadian Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Kepribadian seseorang akan memengaruhi sikap dan perilaku orang tersebut.

d) Konsep diri Seseorang yang memiliki konsep diri positif tidak akan mudah untuk dipengaruhi oleh stimulus dari luar, tetapi apabila seseorang memiliki konsep diri negatif maka individu akan lebih mudah untuk dipengaruhi oleh stimulus dari luar.

## 2) Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal dijelaskan sebagai berikut :

### a) Kelompok referensial

Kelompok referensial adalah kelompok yang memberikan Pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

### b) Keluarga

Pola asuh orangtua akan membentuk suatu kebiasaan anak yang secara tidak langsung memengaruhi pola hidupnya.

### c) Kelas sosial

Kelas sosial mengarah pada perbedaan status ekonomi dan sosial yang akan memengaruhi perilaku dan gaya hidup.

### d) Kebudayaan

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. (Prastika, 2018: 17-18)

#### **e. Gaya Hidup Pada Masyarakat Modern**

Di era globalisasi saat ini, manusia tidak hanya sekedar sebagai pelaku ekonomi primer, sekunder dan tersier biasa. Akan tetapi hampir dalam ketiga kebutuhan utama tersebut, manusia harus mengontrol setiap kegiatan ekonomi mereka. Namun, tidak jarang kita melihat, bahwa sebagian individu mengonsumsi secara berlebih dan memiliki barang dan jasa yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya. Manusia tidak bisa lepas sebagai konsumen utama dalam setiap proses kegiatan ekonomi. Hal ini dikarenakan manusia merupakan makhluk hidup yang terus maju dalam pencapaian kebutuhan, untuk kelangsungan hidupnya. Sebagai konsumen, manusia akan mengalami perubahan sosial, terutama dalam tingkah laku dalam kehidupannya. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (Tatik, 2008: 5), hal tersebut merupakan perilaku konsumen, di mana konsumen secara langsung melakukan tindakan dalam hal mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Dari sisi pemenuhan kebutuhan, konsumen memilih jenis kebutuhan yang disesuaikan dengan gaya hidup mereka. Gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternative dalam satu kategori jenis produk yang ada, berdasarkan perspektif ekonomi. Sedangkan melihat dari perspektif pemasaran, tampak jelas bahwa konsumen yang memiliki gaya hidup yang sama akan mengelompokkan dengan sendrinya ke dalam satu kelompok berdasarkan apa yang mereka minati untuk menghabiskan waktu senggang dan bagaimana mereka membelanjakan uangnya. Seiring dengan perkembangan waktu, gaya hidup terus mengalami perubahan baik di masyarakat yang masih tradisional sampai kepada masyarakat

modern, terutama pada masyarakat postmodern. Bagi pemilik modal, perubahan gaya hidup merupakan kesempatan bagi mereka untuk menciptakan inovasi baru seperti produk-produk dan menyesuaikan produknya sesuai dengan gaya hidup pasar yang dituju. (Simamora, 2014: 17-18)

Dampak dari modernisasi itu sendiri membawa perubahan terhadap masyarakat tradisional, ditandai dengan masuknya teknologi dan media massa. Serta membentuk sistem stratifikasi di dalam masyarakat. Pada masyarakat modern telah terjadinya pergeseran dalam peluang hidup di berbagai strata sosial. Masyarakat modern mengalami proses diferensiasi dalam kelas sosial. Ketika sistem stratifikasi sosial terbentuk, maka kita tidak dapat memungkiri bahwa terbentuk juga gengsi sosial di dalam masyarakat. Gengsi sosial atau prestise dapat diwujudkan dalam berbagai cara pada masyarakat modern. Gengsi sosial tidak hanya sekedar dari cara berpakaian atau melalui berbagai atribut yang melekat di dalam diri seseorang, tetapi juga melalui bahasa yang dipakai dalam berkomunikasi, tempat rekreasi, tempat belanja, tempat makan, serta merek baju yang digunakan (Nanang, 2011: 96).

## **2. Perilaku Konsumen**

### **a. Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. (Nurmawati, 2018: 1)

Perilaku konsumen juga merupakan sebuah studi tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok, atau organisasi maupun masyarakat luas untuk menggunakan atau tidak

terhadap suatu produk (barang, jasa, dan ide). (Simarmata dkk, 2021: 156)

James F. Angel menjelaskan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. (Kurniati, 2016: 45)

Jadi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki (waktu, uang, usaha) untuk memenuhi keinginan membeli dan mendapatkan barang-barang atau jasa untuk keperluan konsumsi. Sehingga perilaku konsumen merupakan tindakan individu yang berhubungan dengan keputusannya dalam memperoleh dan mempergunakan produk dan jasa yang mereka dapatkan. (Purboyo dkk, 2021: 2)

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok dalam melakukan proses pengambilan keputusan dalam memperoleh maupun mengkonsumsi barang ataupun jasa.

## **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

### **1) Faktor Kebudayaan**

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli. Kultur adalah penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya akan dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi,

preferensi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Sub-kultur merupakan lebih kecil di banding kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Sedangkan kelas sosial adalah susunan yang relative permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.

## 2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status social dari konsumen tersebut. Kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Kelompok ini bisa di bedakan menjadi dua yaitu kelompok primer dan kelompok rujukan. Kelompok primer terjadi karena interaksi secara intensif, seperti keluarga dan teman. Kelompok ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tidak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Faktor social yang lain adalah peran dan status. Tiap perann membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.

## 3) Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri pembeli yang bersangkutan. Jabatan mengidentifikasikan kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata. Keadaan tertentu ini tidaklah lain adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, harta, dan aktivitas meminjam. Gaya

hidup adalah pola hidup yang diekspresikan oleh minat, pendapatan, kegiatan yang semua itu tidak akan lepas dari interaksi dengan lingkungannya. Konsep diri adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap yang memandang respon terhadap lingkungan yang konsisten.

#### 4) Faktor Psikologis

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenic ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima lingkungan. Sedang faktor psikologis yang utama adalah motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap. (Wigati, 2011: 27-29)

Dari penjelasan diatas juga terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen, yaitu:

- a) Konsumen individual, meliputi hal-hal yang terdapat pada diri individu konsumen, seperti kebutuhan persepsi terhadap karakteristik merek, gaya hidup, sikap, demografi, dan karakteristik kepribadian individu sendiri.
- b) Lingkungan konsumen, lingkungan yang ada disekitar konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk yang didasari oleh banyak pertimbangan, ataupun meniru orang lain dalam pemilihan merek yang akan dibeli.
- c) Strategi pemasaran, pemasar menggunakan stimuli pemasaran seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang umum digunakan yaitu berhubungan dengan penentuan harga jual produk, strategi promosi,

produk yang ditawarkan, dan proses distribusi produk kepada konsumen. (Rizqiyyah, 2020: 18)

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Jika diamati secara empiris pola konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni antara lain sebagai berikut:

- 1) Besarnya pendapatan keluarga yang tersedia (setelah dipotong pajak dan potongan-potongan lain).
- 2) Jumlah rumah tangga, besarnya keluarga dan susunannya (jumlah anak, umur anak), agama dan adat kebiasaan (misalnya pesta seperti Idul Fitri, Natal, Tahun Baru).
- 3) Musim (panen, paceklik, masa ujian, pendaftaran sekolah).
- 4) Lingkungan (kota besar, kota kecil, desa, orang-orang besar, rakyat biasa).
- 5) Kebijaksanaan dalam mengatur keuangan keluarga.
- 6) Pengaruh psikologi (iklim yang menarik, mode-mode baru, pandangan masyarakat tentang apa yang menaikkan gengsi).
- 7) Harta kekayaan yang dimiliki (Tanah, Rumah, Uang).

### **c. Tipikal Perilaku Konsumen Gaya Hidup**

Terdapat dua macam tipikal konsumen mengenai gaya hidup mereka, yang pertama ialah konsumen yang mementingkan kualitas ketimbang harga dan yang kedua ialah konsumen yang lebih mengutamakan citra ketimbang yang lainnya.

Pada masa sekarang ini dimana masyarakat menjadi lebih konsumtif menyebabkan pemasar berusaha untuk mempertajam segmen pasar yang dimasuki sehingga muncul segmen pasar berdasarkan psikografis. Pada segmen pasar ini banyak orang yang membedakan antara riset psikografis dan gaya hidup (*life style*). Tetapi gaya hidup (*life style*), tetapi gaya hidup (*life style*) merupakan bagian yang dominan dari dimensi psikografis manusia. Sejalan dengan perkembangan gaya hidup tersebut pemasar juga

mengembangkan konsep *lifestyle branding* dimana produk dilihat lebih dari sekedar memberi manfaat emosional tetapi juga pernyataan diri (*self expressive benefit*). (Admojo, 2009: 9)

Ketika konsumen melakukan pembelian pada umumnya akan terjadi banyak perbedaan dengan konsumen yang lain. Hal ini terjadi karena melibatkan banyak pertimbangan pembeli dan lebih banyak konsumen. Tipe perilaku pembelian konsumen dapat dibedakan menjadi empat berdasarkan derajat keterlibatan pembeli dan derajat perbedaan antar berbagai merek. Adapun tipe perilaku pembelian adalah sebagai berikut:

1) Perilaku Pembelian Yang Kompleks

Pada umumnya konsumen akan melalui proses pembelajaran untuk mengembangkan kepercayaan mengenai produk sehingga akhirnya tumbuh kesetiaan pada suatu merek tertentu dan jarang berpaling untuk memilih produk lain.

2) Perilaku Pembelian Mengurangi Ketidakcocokan (Disonasi)

Perilaku pembelian yang mengurangi ketidakcocokan ialah perilaku konsumen dalam situasi bercirikan keterlibatan konsumen yang tinggi tetapi sedikit perbedaan yang dirasakan antara merek-merek yang ada. Keterlibatan yang tinggi ini berdasarkan kenyataan bahwa pembelian terhadap suatu produk tersebut bersifat mahal, jarang dan beresiko.

3) Perilaku Pembelian Menurut Kebiasaan

Perilaku membeli konsumen dalam situasi yang bercirikan keterlibatan konsumen yang rendah dan sedikit perbedaan yang dirasakan diantara merek-merek yang ada. Perilaku konsumennya tidak melewati urutan keyakinan, sikap, perilaku yang biasa. Konsumen langsung mengambil suatu proses keputusan pembelian tanpa berpikir terlalu banyak karena sudah merasa percaya akan produk yang dibelinya sehingga tampak bahwa konsumen tidak mencari informasi mengenai

produk yang ingin dibelinya dan tidak mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk tersebut.

#### 4) Perilaku Pembelian Mencari Variasi

Perilaku pembelian konsumen dalam situasi yang bercirikan rendahnya keterlibatan konsumen terhadap merek dianggap besar. Konsumen tidak memiliki suatu kepercayaan terhadap salah satu atau berbagai macam merek. Pada umumnya konsumen mencoba-coba suatu produk yang baru, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengalihan penggunaan terhadap suatu merek tertentu oleh konsumen. Pengalihan merek ini terjadi karena dengan alasan untuk mencari variasi lain yang ditawarkan produk lain, mungkin karena bosan atau ingin rasa yang berbeda bukan karena ketidakpuasan terhadap suatu produk. (Purwaningsih, 2018: 23-25)

#### **d. Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Kegiatan konsumsi manusia haruslah mengutamakan kebutuhan dasarnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan tingkat selanjutnya. perilaku konsumsi manusia terhadap tindakan pemenuhan kebutuhannya terbagi atas beberapa tipe diantaranya sebagai berikut:

- 1) Manusia selalu berusaha memenuhi kebutuhan dasar atau fisiologisnya terlebih dahulu. Fenomena pemenuhan kebutuhan dasar atau fisiologis manusia secara berlebihan telah melahirkan budaya konsumtif itu sendiri. Namun perilaku akan berbeda dimasing- masing kelas ekonomi manusia.
- 2) Ketika melihat kebutuhan manusia dari segi intensitasnya, dalam hal pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier. Beberapa kelompok manusia membatasi konsumsi kebutuhan dasarnya demi pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersiernya.

- 3) Berbeda dengan manusia kelas atas dalam hal pemenuhan kebutuhan yang tidak harus membatasi konsumsi fisiologis atau primernya untuk dapat memenuhi kebutuhan sekunder dan tersiernya.
- 4) Kegiatan konsumsi manusia yang terkesan konsumtif dalam hal pemenuhan kebutuhan primer, sekunder dan tersier, lebih mengarah kepada kebutuhan ego. Apalagi bagi mereka yang telah terpenuhi kebutuhan aktualisasi dirinya.
- 5) Perilaku konsumsi manusia telah melahirkan budaya konsumtif, dan apabila dilakukan secara terus menerus akan kembali menghadirkan budaya konsumtivisme. (Wahyudi, 2016: 38)

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam mengkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi diri, keluarga dan orang paling dekat di sekitarnya. Meski demikian konsumsi Islam melarang seseorang melampaui batas untuk kepentingan konsumsi dasarnya, jika dalam kondisi darurat dan dikhawatirkan bisa menimbulkan kematian, maka seseorang diperbolehkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang haram dengan syarat sampai masa darurat itu hilang, tidak berlebihan pada dasarnya untuk kemaslahatan manusia juga. (Almizan, 2016: 18)

Teori perilaku konsumen dalam perspektif ini dibangun atas dasar syariat Islam. Yang memiliki perbedaan mendasar

dengan teori konvensional. Menurut Monzer Khaf terdapat tiga prinsip dasar yang menjadi pondasi teori perilaku konsumsi, yaitu:

- 1) Seorang muslim harus meyakini dengan keimanan adanya hari kiamat dan kehidupan diakhirat. Keyakinan ini akan membawa dampak mendasar pada perilaku konsumsi. pertama, pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan pada 2 bagian yaitu yang langsung dikonsumsi untuk kepentingan di dunia dan akhirat. Kedua, jumlah jenis pilihan konsumsi kemungkinan menjadi lebih banyak, sebab mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat.
- 2) Sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat serta menjauhkan diri dari kejahatan.
- 3) Harta merupakan anugerah Allah dan bukan merupakan suatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus di jauhi secara berlebihan). Harta merupakan tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Berdasarkan prinsip ketiga diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi seorang muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimum seperti dalam terminologi teori ekonomi konvensional. (Sari, 2020: 33-34)

Perilaku konsumsi orang yang beriman akan berbeda dalam mengkonsumsi barang/jasa jika di bandingkan dengan orang yang lebih rendah tingkat keimanan dan kepatutannya kepada Allah SWT. Orang yang mempunyai keimanan dan patuh terhadap aturan-aturan yang telah di gariskan didalam Al-Qur'an dan hadits mengetahui batasan-batasan mana hal yang diperbolehkan dan mana yang tidak boleh untuk di laksanakan. Jika kebutuhannya

sudah dirasa cukup maka konsep berbagi kepada sesama akan ikut serta dilaksanakan.

Dibawah ini adalah beberapa karakteristik konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam, antara lain:

1. Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara'.
2. Konsumen yang rasional (*mustahiq al-aqlani*) senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun ruhaninya.
3. Menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam (*mustawa al-kifayah*).
4. Memperhatikan prioritas konsumsi antara dlaruriyat (*primer*), hajjiyat (*sekunder*), dan takmiliyat (*pelengkap*). (Naqiah, 186)

Melihat lingkungan sekitar yang masih banyak masyarakat yang mengalami kekurangan atas kebutuhan dan memberikan bantuan dan bimbingan agar kedepannya bisa memenuhi kebutuhannya secara mandiri. Dengan kata lain tidak mengoptimalkan kebutuhan dan keinginan pribadi. Berbagai kegiatan ekonomi berjalan dalam rangka mencapai satu tujuan, yakni menciptakan kesejahteraan menyeluruh, penuh ketegangan dan kesederhanaan, namun tetap produktif dan inofatif bagi setiap individu muslim maupun non muslim. Allah telah menetapkan batasan-batasan terhadap seluruh perilaku manusia sehingga menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, sebagaimana yang ditetapkan dalam hukum Allah (*syari'ah*). Islam mengajarkan tentang batasan-batasan manusia dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa, baik yang dijelaskan dalam Al- Qur'an maupun hadis. Kesejahteraan

konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang yang buruk atau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal. (Suharyono, 2018: 313)

### **3. Konsumsi dalam Ekonomi Islam**

#### **a. Pengertian Konsumsi dalam Ekonomi Islam**

Dalam pengertian ilmu ekonomi, konsumsi ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang dan jasa) dalam rangka pemenuhan kebutuhan. (Gampito, 2014: 29)

Konsumsi, dapat dimaknai sebagai sebuah proses objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi atau internalisasi diri lewat objek-objek sebagai media-nya. Maksudnya, bagaimana memahami dan mengkonseptualisasikan diri maupun realitas di sekitar kita melalui objek material.

Yasraf yang memandang konsumsi sebagai objektifikasi, aktifitas konsumsi, dari sudut pandang linguistik, diartikan sebagai proses menggunakan atau mendekonstruksi tanda-tanda yang terkandung di dalam objek-objek. Ketika kita mengkonsumsi suatu objek, secara internal orang mendekonstruksi tanda yang tersirat dibalik objek tersebut. Saat ini objek konsumsi mampu menentukan prestise, status dan simbol-simbol sosial tertentu bagi pemakainya. Objek juga mampu membentuk perbedaan-perbedaan sosial. Itulah mengapa orang cenderung menilai dan mengenali orang dari penampilan luarnya. (Almizan, 2016: 15)

Konsumsi merupakan aktivitas manusia yang paling mendasar. Konsumsi dimaknai secara beragam, baik makna luas maupun makna sempit. Makna sempit seperti yang dikemukakan oleh Mary Douglas dan Baron Isherwood bahwa konsumsi sebagai

penggunaan hak milik yang bernilai material, yaitu menghabiskan nilai material itu sendiri. Definisi tersebut kurang melingkupi keseluruhan dari konsumsi seperti yang diungkapkan oleh Piliang. Piliang mengemukakan makna konsumsi secara luas yaitu kenyataan bahwa orang tidak hanya mengkonsumsi yang bersifat material saja akan tetapi orang juga mengkonsumsi sesuatu yang non material, seperti pemikiran dan ide. Ketika orang berfikir dan memunculkan ide secara berulang, berarti orang tersebut melakukan konsumsi yang bersifat non material. (Aslamiyah, 2020: 36)

Konsumsi dikatakan sebagai pertanda budaya global. Konsumsi menjadi bahasa global yang menyediakan kemampuan bagi semua orang untuk bisa memaknai symbol-simbol komersial. Kegiatan konsumsi bahkan menjadi sarana untuk memasuki pergaulan dunia, juga cara untuk berpartisipasi dalam berbagai hal diluar diri individu seseorang dalam berkomunikasi dalam kemasyarakatan. Sehingga menjadikan individu tersebut manusia yang angkuh terhadap apa yang ditampilkannya ditengah masyarakat.

Konsumsi dapat dipandang sebagai bentuk identitas. Barangbarang simbolik juga menunjukkan kelompok pergaulannya. Simmel mengatakan bahwa ego akan runtuh dalam kehilangan dimensinya jika tidak di kelilingi oleh objek eksternal yang menjadi ekspresi dalam kecenderungannya, kekuatannya dan cara individualnya karena mereka mematumhinya, atau dengan kata lain miliknya. Sebagai contoh, seorang pejabat yang meletakkan ensiklopedi dalam rak ruang tamu atau kantornya yang menandakan bahwa ia mampu membeli barang yang harganya relatif mahal tersebut. Walau sebenarnya tidak pernah dibaca, sehingga dapat dikatakan hanya sebagai pajangan semata. (Sucitra, 2020: 6)

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang islami dengan mendasarkan segala aspek antologi, epistemologi dan aksiologinya kepada agama islam. (Gampito, 2013: 17)

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan masalah menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tak terlepas dari perspektif tersebut. Motif konsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah. Meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (atau aktifitas ekonomi) dari seseorang individu adalah untuk mempertahankan hidupnya. (Sumar'in, 2013: 93)

Sebagai makhluk, manusia tidak dapat menghindari aktivitas konsumsi. Konsumsi diperlukan oleh setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Kendati demikian, Islam telah mengajarkan nilai-nilai tertentu dalam berkonsumsi. Hal ini menjadi setiap konsumen muslim dapat menjalankan aktivitas konsumsi sesuai dengan tuntunan syariah dan tidak mengarah kepada perilaku-perilaku negatif, seperti boros, berlebih-lebihan, tamak, serakah, atau sikap negatif lainnya. Selain itu, Islam memberikan rambu-rambu dalam berkonsumsi dengan mendorong setiap muslim membayar zakat, infak, sedekah serta mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas. (Rohim, 2021: 31)

Di dalam konsep ekonomi Islam, kepuasan bagi seorang konsumen sangatlah bergantung pada nilai-nilai agama yang diimplementasikan dalam setiap aktivitas konsumsinya. Hal tersebut tercermin dari uang yang dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhannya dalam bentuk konsumsi. Sementara dalam perspektif ekonomi, kepuasan seorang konsumen akan dapat dicapai dan

dimaksimalkan selama kemampuan finansialnya dimiliki. Dalam hal ini, konsumen memiliki alternatif pilihan yang dapat memenuhi kepuasan mereka. Sehingga kepuasan menjadi hal penting dan utama untuk dipenuhi menurut konsep ini. Secara khusus, konsumsi di dalam Islam diarahkan kepada keseimbangan pada dua hal. Dimana konsumsi dilakukan dengan melakukan pembelanjaan harta dalam rangka memenuhi kebutuhan lahirnya (duniawi) dan keluarga. Di samping itu, pembelanjaan harta juga dilakukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan bathiniyah (ukhrawi). Dengan demikian, konsumsi yang dilakukan oleh seorang konsumen muslim tidak hanya menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan di dunia semata, namun juga memperhatikan pemenuhan kebutuhan yang bersifat bathiniyah untuk mencapai kepuasan batin dan menggapai kesejahteraan ukhrawi. (Rohim, 2021: 30)

#### **b. Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Ekonomi Islam**

Adapun yang menjadi arahan sekaligus aturan yang menjadi prinsip dasar dalam megkonsumsi meliputi:

- 1) Jangan boros. Seorang dituntut untuk selalu selektif untuk membelanjakan hartanya. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli karena sifat dari kebutuhan itu sendiri sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh kondisi dan situasi itu sendiri. Suka menghambur-hamburkan uang untuk barang yang tidak bermanfaat. Itu merupakan ciri orang yang tidak mengenal Tuhan. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Bahkan dalam fiqh Islam orang tersebut dianggap orang yang tak mampu untuk mengelola hartanya diharuskan ada wakil yang membantunya.

- 2) Seimbangkan pengeluaran dan pemasukan. Seorang muslim seharusnya mampu menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan, sehingga sedapat mungkin tidak berhutang. Dan Yusuf Qardhawi menyebutkan beberapa variable moral dalam konsumsi salah satunya tidak berhutang. Jadi diharapkan masyarakat bisa memilih barang yang benar-benar sesuai kebutuhan kita agar tidak berhutang.
- 3) Jangan bermewah-mewah. Bermewah-mewah disini diartikan tenggelam dalam kenikmatan hidup. Berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan. Lebih baik berbagi untuk orang yang tidak mampu, daripada bermewah-mewah dan membelanjakan harta kita untuk hal yang tidak bermanfaat yang semuanya hanya akan sia-sia. Al-Qura terang-terangan memberikan batasan dalam konsumsi agar manusia tidak terjebak dengan kenikmatan di dunia yang hanya sesaat. (Sumar'in, 2013: 95)

### c. Batasan Konsumsi dalam Islam

Dalam perspektif Ekonomi Islam konsumsi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan individu, sebagai konsumen dalam rangkalah memenuhi perintah Allah, akan tetapi lebih jauh berimplikasi terhadap kesadaran berkenaan dengan kebutuhan orang lain. Oleh karenanya dalam konteks adanya keizinan untuk mengonsumsi rezeki yang diberikan Allah SWT, sekaligus terpikul tanggung jawab untuk memberikan perhatian terhadap keperluan hidup orang-orang yang tidak punya. baik yang tidak meminta maupun yang meminta, bahkan untuk orang-orang yang sengsara dan fakir miskin. (Suryani dan Siti, 2019: 239)

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah SWT itu milik semua manusia dan suasana yang menyebabkan sebagian di antara orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat

memamfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri. Sedangkan orang lain tidak kepada umat manusia itu masih berhak mereka miliki walaupun mereka tidak memperolehnya. Setiap seorang mukmin dilarang untuk berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa karena hal tersebut tidaklah termasuk ciri khas manusia yang tidak mengenal tuhan, dikutuk dalam Islam disebut juga dengan Israf (pemborosan) atau tabzir (menghamburhamburkan harta tanpa guna). Pemaknaan tabzir didalam kontek kekinian akan lebih luas lagi yaitu seseorang yang melakukan tindak penyyuapan, korupsi atau sogok-menyogok juga termasuk pada tatanan tabzir. (Almizan, 2016: 17)

Batasan dalam Islam tentang pembelanjaan terdapat dua kriteria, yaitu 1) batasan yang terkait dengan kriteria sesuatu yang dibelanjakan, cara dan sifatnya; 2) batasan yang terkait dengan kuantitas dan ukurannya.

- 1) Batasan pada cara dan sifat Pembatasan dalam cara dan sifat, seorang muslim haruslah mengetahui segala sesuatu yang dilarang oleh Islam. Mengkonsumsi produk-produk yang jelas keharamannya harus dihindari, seperti minum khamar dan makan daging babi, seorang muslim harus senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang membawa manfaat dan maslahat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena pembelanjaan dalam hal-hal yang haram suatu perbuatan yang berlebih-lebihan dan melampaui batas. Dan pemborosan pun dilarang Islam meskipun yang dibelanjakan hanya satu dirham, meskipun pembelanja memiliki harta karun.
- 2) Batasan pada kuantitas dan ukuran Dalam perilaku konsumsi, Islam menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan yang kita butuhkan. Dan tidak membelanjakan harta diluar kemampuan. Berkata Ibnu Kasir “ibaadur Rahman bukanlah pemboros sehingga membelanjakan

hartanya diluar kebutuhan, dan bukan orang yang kikir terhadap keluarganya sehingga akan tetapi mereka itu berlaku pertengahan dan baik, karena sebaikbaiknya urusan adalah pertengahannya, tidak boros dan tidak kikir. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam pembelanjaan harta harus melihat batasan-batasan Islam. Baik dalam cara, sifat, kuantitas maupun ukuran. Berbelanja harus berdasarkan kebutuhan, dilarang bermewah-mewahan, tidak boleh kikir dan boros. Karena perilaku tersebut tidak disukai oleh Allah Swt, sesungguhnya sebaik-baiknya urusan adalah pertengahannya yakni tidak boros dan tidak kikir. (Sari, 2020: 32-33)

## **B. Penelitian Yang Relevan**

Berdasarkan penelitian yang sudah pernah di lakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yang mengkaji beberapa aspek yang berkaitan dengan gaya hidup hedonisme mengalami perbedaan dan persamaan dengan yang penulis lakukan. Adapun perbedaan dan persamaannya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian atau skripsi yang dilakukan oleh Luluk Mukharomah dengan judul “Gaya Hidup Hedonis Ibu Rumah Tangga dalam Perspektif Mashlahah” penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan gaya hidup hedonis pada Ibu Rumah Tangga. Kesimpulan dari skripsi ini bahwa perubahan yang terjadi pada informan adalah gaya hidup meliputi cara berpakaian yaitu dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor sosial dan faktor budaya, sedangkan faktor internal terdiri dari faktor psikologi dan faktor pribadi. Diantara faktor tersebut yang paling berpengaruh yaitu faktor pribadi yang terdiri dari gaya hidup dan kepribadian. Persamaan penelitian terdapat pada tema penelitian yang dipilih yakni tentang gaya hidup sedangkan perbedaannya

terletak pada objek penelitian yang dipilih yaitu di Dusun IV Desa Bumi Jawa Kec. Batanghari Nuban sedangkan penelitian ini subjeknya adalah mahasiswa IAIN Batusangkar.

2. Penelitian atau skripsi yang dilakukan oleh Latifa Novita Sari dengan judul “Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban Di UNESA” penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan gaya hidup konsumtif pada mahasiswa Urban. Kesimpulan dari skripsi ini bahwa perubahan yang terjadi pada informan adalah gaya hidup meliputi cara berpakaian yang cenderung lebih memilih produk branded, kebiasaan nongkrong dan gaya bahasa yang cenderung logat bahasa Surabaya. Kondisi ini terjadi karena proses pergeseran budaya dari daerah yang cenderung sederhana menjadi budaya kota yang identik dengan budaya kehidupan mall dan nongkrong, sehingga bukan hanya pola berpakaian yang berubah tetapi juga pola kebiasaan mahasiswa daerah juga mengalami perubahan karena faktor lingkungan. Dari hasil yang dikemukakan di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, meskipun terdapat kajian yang sama pada penelitian ini. Akan tetapi dalam penelitian yang dikaji oleh peneliti lebih menekankan pada Gaya Hidup mahasiswa dalam Perspektif ekonomi Islam, dan penelitian ini dilakukan di IAIN Batusangkar. Peneliti menggunakan penelitian lapangan (field research).
3. Penelitian atau skripsi yang dilakukan oleh Maryati dengan judul “Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga dalam Membeli Pakaian Dalam Perspektif Konsumsi Islam” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam membeli pakaian. Kesimpulan dari skripsi ini bahwa perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam membeli pakaian yaitu dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor sosial dan faktor budaya, sedangkan faktor internal terdiri dari faktor psikologi dan faktor pribadi. Diantara faktor tersebut yang

paling berpengaruh yaitu faktor pribadi yang terdiri dari gaya hidup dan kepribadian. Dari hasil yang dikemukakan di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, meskipun terdapat kajian yang sama pada penelitian ini. Akan tetapi dalam penelitian yang dikaji oleh peneliti lebih menekankan pada Gaya Hidup Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam. Peneliti menggunakan penelitian lapangan (field research).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. (Sugiyono, 2011: 34)

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar, peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

#### **B. Latar dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini, lokasi yang penulis lakukan adalah pada IAIN Batusangkar. Sedangkan waktu penulis melakukan kegiatan penelitian direncanakan pada bulan Mei 2021 sampai Februari 2022. Untuk mempermudah kegiatan penelitian hingga pembuatan skripsi, penulis membuat time schedule yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Rancangan Penelitian**

No	Aktifitas Penelitian	Mei 2021	Jun 2021	Jul 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022
1.	Observasi Awal							
2.	Penyusunan Proposal							
3.	Bimbingan Proposal							
4.	Seminar Proposal							
5.	Penelitian							
6.	Mengolah data							
7.	Bimbingan Skripsi							
10	SidangMunaqasah							

*Sumber: Data yang Diolah Sendiri, 2021*

### **C. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang di gunakan penelitian untuk mengumpulkan informasi tentang variabel yang sedang di teliti. (Sugiyono, 2011: 216)

Pada intstrumen penelitian kali ini, dalam melakukan kegiatan penelitian, yang menjadi instrumen penelitian adalah:

1. Instrumen utama (kunci) yaitu peneliti sendiri yang akan mengumpulkan data, mengelola data dan memvalidasi kemampuan terhadap teori.

2. Instrumen pendukung seperti daftar pertanyaan wawancara, handphone untuk merekam, pena dan buku catatan.

#### **D. Sumber Data**

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:225). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah selaku informan pembeli barang branded imitasi. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Yang mana *Snowball sampling* merupakan teknik penentuan sample yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya sehingga jumlah sampel semakin banyak (Mamik, 2015: 53). Penulis menghubungi beberapa responden yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang potensial dihubungi dan ditanya apakah mereka mengetahui orang yang lain dengan karakteristik seperti yang dimaksud untuk keperluan penelitian.

##### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya dokumen. Jenis data yang di peroleh melalui beberapa literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah peneliti, seperti jurnal, buku dan artikel. (Hasibuan, 2001: 226). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian , website serta data yang diperoleh dari mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### **1. Wawancara**

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara secara mendalam mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar untuk mengetahui dan menggali informasi tentang gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif ekonomi Islam.

### **2. Observasi**

Pengamatan secara langsung di lokasi penelitian guna memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti. Dan setelah melakukan observasi mendapatkan beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain: ruang, kegiatan, objek, kejadian atau peristiwa. Observasi merupakan aktivitas pengamatan yang penulis lakukan dalam rangka melihat aktivitas yang dilakukan oleh informan pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar, sesuai dengan pengamatan penulis dalam melihat gambaran bagaimana gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif Ekonomi Islam.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dalam penelitian ini berbentuk dari catatan-catatan tertulis, dengan melalui teknik dokumentasi ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan yang ada ditempat atau lokasi penelitian. Teknik dokumentasi berawal dari menghimpun dokumen, memilih dokumen yang sesuai dengan tujuan penelitian serta mencatat dan menerangkan. Yang dimaksud disini adalah pengumpulan bukti dan keterangan wawancara yaitu seperti foto subjek penelitian serta mengutip dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisa data adalah proses penting untuk menginterpretasi pengumpulan data menjadi daya yang bermakna untuk menjawab pertanyaan penelitian. Schutt berpendapat bahwa dalam hal mendeskripsikan data tekstual, analisis kualitatif cenderung bersifat induktif, di mana penelitian di minta untuk mengidentifikasi langkah-langkah dalam mengkolaborasikan data. Setelah pengumpulan data, Milies Huberman menyarankan tiga kegiatan dalam analisis, reduksi data, tampilan data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kegiatan ini bukanlah proses yang terpisah merupakan bagian yang berurutan dari analisis. (Hartono, 2018: 72)

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya apabila diperlukan. Dengan kata lain, seluruh hasil penelitian dari lapangan dikumpulkan kembali lalu dipilah untuk menentukan data mana yang tepat untuk digunakan. (Sugiono, 2010: 338)

### **2. Penyajian Data**

Langkah selanjutnya setelah reduksi data yaitu penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang digunakan dalam bentuk uraian singkat, dan teks yang bersifat naratif. Penyajian data ini merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. (Sugiono, 2010: 341)

### **3. Penarikan Kesimpulan**

Pada tahap ini peneliti melakukan interpretasi data sesuai dengan konteks permasalahan dari tujuan peneliti. Dari interpretasi yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan dalam jawaban rumusan masalah.

Tahap penarikan kesimpulan ini di harap mampu memberikan hasil peneliti secara keseluruhan.

## **G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data**

Triangulasi ada tiga jenis yaitu:

### **1. Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah di peroleh melalui beberapa sumber.

### **2. Triangulasi Waktu**

Triangulasi waktu juga mempengaruhi kredibilitas data dapat di lakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara. Observasi dalam waktu atau situasi yang berbeda.

### **3. Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data di lakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data di peroleh dengan wawancara lalu dicek dengan cara observasi. (Putra, 2000: 189)

Adapun teknik penjaminan kabsahan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi. Triangulasi dalam penyajian kredibilitas diartikan sebagai pengecek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

Dalam penjaminan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik untuk menjamin kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada penelitian ini triangulasi teknik dilakukan dalam bentuk observasi dan wawancara. Dengan melakukan observasi dan wawancara tersebut maka data akan diperoleh secara maksimal.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar**

Perjalanan sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) seiring dan tidak terpisahkan dari sejarah Lembaga induknya yaitu IAIN Batusangkar, fakultas FEBI merupakan salah satu dari empat fakultas yang dibentuk setelah terjadinya peralihan status dari STAIN menjadi IAIN Batusangkar yaitu pada Tahun 2015, Keberadaan jurusan yang ada di FEBI saat ini sebenarnya sudah ada sejak saat IAIN Batusangkar masih berstatus STAIN Batusangkar.

Sejarah FEBI dapat dibagi kepada empat periode, yaitu (1) periode persiapan, (2) periode Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol di Batusangkar, (3) periode Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, dan (4) periode Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

Periode Persiapan Pendirian PTAI Sebagai Cikal Bakal Fakultas Tarbiyah. Sebelum berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam di Kabupaten Tanah Datar, telah berdiri Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) yang terletak di Bukit Gombak Batusangkar pada tanggal 1 September 1954-1956. Sesudah itu, pada 1 September 1958 PTPG diintegrasikan dengan FKIP Universitas Andalas di Bukittinggi. Selanjutnya FKIP ini berubah status menjadi IKIP Padang (sekarang Universitas Negeri Padang). Keadaan ini menyebabkan masyarakat Tanah Datar kehilangan aset yang sangat berharga yaitu tidak adanya perguruan tinggi di Kabupaten Tanah Datar. Hal demikian menimbulkan motivasi dan keinginan yang kuat dari masyarakat dan Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar untuk memiliki sebuah perguruan tinggi untuk menampung para pelajar tamatan sekolah menengah atas, madrasah aliyah, pondok pesantren, PGA, dan sekolah

persiapan IAIN atau sekolah menengah atas lainnya, yang ingin melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Begitu juga bagi guru agama yang ingin mendalami ilmu agama Islam secara formal untuk mendapatkan gelar Sarjana. Sementara itu, di beberapa daerah tingkat II lainnya telah berdiri pula fakultas keagamaan, seperti Fakultas Ushuluddin di Padang Panjang, Fakultas Dakwah di Solok, Fakultas Syariah di Bukittinggi, dan Fakultas Adab di Payakumbuh. Keadaan ini semakin mendorong masyarakat Tanah Datar untuk segera mendirikan pula satu Perguruan Tinggi Agama Islam di Kabupaten Tanah Datar.

Upaya pembentukan sebuah Perguruan Tinggi Agama Islam di Kabupaten Tanah Datar dimulai dari pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Perguruan Tinggi Agama Islam yang diketuai oleh Mahyudin Algamar (Bupati Tanah Datar pada waktu itu) dan terwujud secara resmi pada tahun 1968. Setelah Panitia Persiapan Perguruan Tinggi Agama Islam berjalan beberapa bulan, statusnya ditingkatkan menjadi Fakultas Tarbiyah Swasta untuk persiapan IAIN yang berlokasi di Kubu Rajo Lima Kaum Batusangkar di atas tanah seluas 11.026 M<sup>2</sup>. Usaha ini semakin didukung oleh tingginya antusias masyarakat Kabupaten Tanah Datar yang dibuktikan dengan adanya kegairahan putra-putri mereka untuk melanjutkan pendidikan di fakultas ini. Realitas tersebut menjadi potensi utama untuk beralih status dari swasta menjadi negeri dalam bentuk sebuah fakultas yang berada dalam naungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Imam Bonjol Padang. Peralihan tersebut berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 238 tanggal 20 Mei 1971. Dengan demikian fakultas swasta ini resmi menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri dengan status Fakultas Muda dengan program pendidikan tingkat Sarjana Muda (B.A).

Periode Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang. Pada tanggal 20 Mei 1971 berdiri Fakultas Tarbiyah IAIN Imam

Bonjol Padang di Batusangkar. Oleh sebab itu, setiap tanggal 20 Mei diadakan Hari Ulang Tahun-nya oleh sivitas akademika dengan melakukan sejumlah kegiatan yang sesuai dengan visi-misi lembaga. Pada awal berdirinya, Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol berstatus Fakultas Muda yang hanya boleh membuka program sarjana muda (BA). Hal ini didasari oleh Surat Keputusan (SK) Menteri Agama RI No. 238 tanggal 20 Mei 1971.

Pada tahun 1974/75 ada kebijakan Menteri Agama RI yaitu tentang rasionalisasi kelembagaan yang isinya tidak dibenarkan ada dua fakultas yang sama pada satu perguruan tinggi. Maka Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol di Batusangkar akan ditarik ke induknya yaitu ke IAIN Imam Bonjol Padang dan tidak boleh lagi menerima mahasiswa baru. Namun dalam keadaan itu, masyarakat Batusangkar dan Pemerintah Kabupaten Tanah Datar berupaya dengan sungguh-sungguh untuk mempertahankannya. Hasilnya, Fakultas Tarbiyah tidak jadi ditarik ke Padang tetapi malah diberi izin oleh Rektor (Drs. H. Sanusi Latif) untuk menerima kembali mahasiswa baru pada tahun 1976 dengan persyaratan: (1) harus ada asrama mahasiswa; (2) harus ada Yayasan Penyantun; dan (3) jumlah mahasiswa baru minimal 40 orang. Semua persyaratan tersebut akhirnya dapat dipenuhi oleh civitas akademiknya atas dukungan masyarakat dan para tokoh. Pada tahun 1982 keluar Keputusan Menteri Agama No. 69 Tahun 1982 tentang Peningkatan Status Fakultas Tarbiyah dari Fakultas Muda menjadi Fakultas Madya.

Dengan demikian semenjak tahun 1982, Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol di Batusangkar berhak menyelenggarakan perkuliahan tingkat doktoral dan strata satu (S1) dengan gelar Drs (Doktorandus) dan jurusan yang ada pada waktu itu yaitu jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI). Kemudian pada tahun akademik 1992/1993, Fakultas Tarbiyah membuka Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (PBA). Pembukaan jurusan baru ini disebabkan adanya tuntutan bahwa setiap

Fakultas Madya diwajibkan memiliki sekurang-kurangnya dua Jurusan. Pada tahun akademik 1996/1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Batusangkar membuka lagi Jurusan Kependidikan Islam (KI). Maka sejak berdirinya (tahun 1971 sampai dengan 1997, 26 tahun), Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol mempunyai tiga jurusan yaitu PAI, PBA dan KI. Selanjutnya pada tahun 1997 beralih status menjadi STAIN Batusangkar.

Periode STAIN Batusangkar, Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 1997 tertanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI No.285 tahun 1997 tanggal 1 Juli 1997. Maka Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang di Batusangkar secara resmi beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mahmud Yunus Batusangkar (disebut dengan STAIN Batusangkar). Pada periode ini terdapat dua jurusan yaitu Jurusan Tarbiyah dan Syari'ah. Jurusan Tarbiyah pada awalnya hanya memiliki tiga (3) program Studi yaitu Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Kependidikan Islam (KI), Sedangkan Jurusan Syariah, pada mulanya hanya memiliki satu (1) Program Studi yaitu Ahwal al-Syakhshiyah (1997), namun seiring dengan berkembangnya STAIN Batusangkar maka kemudian dibentuk juga Program Studi Muamalah (Ekonomi Islam Konsentrasi Perbankan Syariah) yaitu pada tahun 2000, dan Hukum Ekonomi Syariah (2009), dan disusul Manajemen Informatika (2012)

Perjalanan sejarah STAIN Batusangkar saat itu dalam mengelola pendidikan pada jenjang Strata 1 dan Diploma III, baik dalam penataan administrasi maupun penyelenggaraan kegiatan akademik, juga telah menantang STAIN Batusangkar untuk menyelenggarakan jenjang pendidikan yang lebih tinggi yaitu untuk Program Magister. Hal ini terwujud dengan keluarnya izin penyelenggaraan Program Studi S2 Manajemen Pendidikan Islam pada tahun 2010 dan Hukum Ekonomi Syariah tahun 2012.

Pada Tahun 2014 STAIN Batusangkar kembali diberi kepercayaan oleh Kementerian Agama RI untuk menyelenggarakan 6 (enam) program studi baru. Keenam program studi baru tersebut adalah Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA), Program Studi Hukum Tata Negara Islam (Siyasah), Program Studi Ilmu Quran Tafsir, Program Studi Ilmu Hadis, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, dan Program Studi S2 Pendidikan Agama Islam.

Dengan demikian sampai tahap akhir, STAIN Batusangkar menyelenggarakan 2 (dua) Jurusan (S.1) dan Program Pascasarjana (S.2) dengan total 21 (dua puluh satu) program studi. Pertama: Jurusan Tarbiyah, Jurusan Tarbiyah memiliki sembilan Program Studi, yaitu: Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Tadris (Pendidikan) Bahasa Inggris, Tadris (Pendidikan) Matematika, Tadris (Pendidikan) Biologi, Tadris (Pendidikan) Fisika, Bimbingan dan Konseling (BK), serta Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Afthal (PGRA). Kedua: Jurusan Syariah memiliki sembilan Program Studi yaitu: Ahwal al-Syakhshiyah (Hukum Kekeluargaan Islam), Perbankan Syariah, Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Ekonomi Syariah, Hukum Tata Negara Islam (Siyasah), Ilmu Qur'an dan Tafsir, serta Program Studi Ilmu Hadis. Ketiga: Program Pascasarjana memiliki tiga program studi yaitu Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Hukum Ekonomi Syariah, dan Pendidikan Agama Islam. Setelah melalui proses yang cukup panjang, maka pada akhir tahun 2015 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar resmi menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar melalui Perpres No. 147 tahun 2015, tanggal 23 Desember 2015.

Periode IAIN Batusangkar. Keinginan sivitas akademika STAIN Batusangkar untuk alih status ke tingkat yang lebih tinggi (IAIN dan UIN) tidak pernah berhenti. Untuk itu, pada tahun 2012 dibentuk panitia alih status dari STAIN ke IAIN Batusangkar menyusun

dokumen alih status, dan memprosesnya ke kementerian yang terkait. Proses ini didukung oleh Ketua DPRD Sumatera Barat dengan surat Nomor 070/454/DPRD-2012 dan Bupati Tanah Datar dengan surat Nomor: 844/544-kesra/2012 tanggal 2 Mei 2012, Gubernur Sumatera Barat melalui surat Nomor: 01/REG/65B/2012 tanggal 27 April 2012, dan tokoh-tokoh Sumatera Barat yang ada di daerah dan di Pusat. Setelah melalui proses yang cukup lama, akhirnya pada tanggal 23 Desember 2015 keluarlah PERPRES Nomor 147 Tahun 2015 diundangkan tanggal 28 Desember 2015 tentang alih status STAIN menjadi IAIN Batusangkar. Peralihan ini menjadikan dua jurusan sebelumnya dipecah menjadi 4 (empat) Fakultas, yaitu Jurusan Tarbiyah menjadi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan dan Jurusan Syariah dipecah menjadi 3 (tiga) Fakultas, yaitu Fakultas Syariah (FS), Fakultas Ushuluddin Adab dan Da'wah (FUAD), serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Inilah periode awal berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Batusangkar, adapun Jurusan yang terdapat pada FEBI adalah:

1. Jurusan Perbankan Syariah (S1)
2. Jurusan Ekonomi Syariah (S1)
3. Jurusan Akuntansi Syariah (S1)
4. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah (S1)
5. Pariwisata Syariah (S1)
6. Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf (S1)
7. Jurusan Manajemen Informatika (D3)

Walau pada tahap awal FEBI hanya memiliki 3 jurusan dan sekarang telah bertambah beberapa jurusan tetapi Fakultas ini tetap merupakan Fakultas dengan mahasiswa nomor dua terbanyak di IAIN Batusangkar. ([www.febi.iainbatusangkar.ac.id](http://www.febi.iainbatusangkar.ac.id))

## 2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. **Visi:** *“Unggul, Pembaharu dan Berkearifan Lokal”*

b. **Misi**

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ekonomi dan bisnis Islam berdasarkan Alquran dan Sunnah, berbasis riset dan kearifan lokal.
- 2) Mengembangkan riset ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis integratif, interkoneksi dan kearifan lokal.
- 3) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang berbasis riset ekonomi dan bisnis Islam serta kearifan lokal dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- 4) Menyelenggarakan tata kelola fakultas berbasis teknologi informasi dan prinsip *good university governance*.
- 5) Menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan instansi pemerintah dan dunia usaha dalam dan luar negeri.

c. **Tujuan**

- 1) Menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan, cerdas secara intelektual, spiritual, emosional, sosial dan berdaya saing dalam menghadapi dunia kerja dan tantangan global.
- 2) Menghasilkan penelitian ekonomi dan bisnis Islam integratif dan interkoneksi dan pembaharuan pemikiran dan pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis Islam.
- 3) Menyebarluaskan pengabdian masyarakat untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat dan kesejahteraan umat.
- 4) Terselenggarakan tata kelola fakultas berbasis teknologi informasi dan prinsip tata kelola yang baik.
- 5) Menghasilkan kerjasama dengan lembaga dalam dan luar negeri yang saling menguntungkan dalam penguatan fakultas.  
([www.febi.iainbatusangkar.ac.id](http://www.febi.iainbatusangkar.ac.id))



## B. Temuan Khusus Penelitian

Data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu melalui observasi dan wawancara yang penulis lakukan kepada sepuluh orang mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang sesuai dengan beberapa pertanyaan yang mengacu pada gaya hidup yang dilakukan oleh para mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, dengan memperoleh hasil sebagai berikut:

Gita merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2020, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 250.000 per minggu yang dipergunakan untuk makan, keperluan mendadak, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan Gita juga mengatakan bahwa ia menggunakan uang tersebut untuk nongkrong bersama teman-temannya serta pergi ke tempat wisata seperti ke kebun teh, pasar kuliner, aur serumpun dan lainnya. Dalam berbelanja ia mengatakan bahwa minat belanja seringkali timbul karena adanya diskon yang ditawarkan oleh sebuah pusat perbelanjaan karena ia merasa kapan lagi dapat barang dengan harga miring, sehingga timbul keinginan untuk membeli serta selalu mengikuti *trend* yang ada. Contoh dari barang-barang yang ia beli adalah sepatu dengan merk 2step, CK, zara serta Tas couch. Dari hasil wawancara, Gita mengatakan bahwa ia merasakan kesenangan tersendiri serta bangga dan lebih percaya diri dalam menggunakan barang tersebut. Jika diamati dalam akun sosial media yang dimilikinya Gita sering memposting beberapa foto dan video di cerita Instagramnya yang menunjukkan posisi di mana ia sedang nongkrong untuk menunjukkan tempat makan yang pernah ia coba serta memakai barang-barang yang sedang *trend*. (Gita, wawancara, 5 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara di atas, dalam membeli suatu barang Gita lebih memilih untuk mengikuti trend dalam membeli barang atas dasar kesukaan dan ketertarikan juga karena adanya diskon yang ditawarkan, tidak mempertimbangkan manfaat barang tersebut. Ia merasa senang dan puas setelah membeli barang tersebut.

Tiara merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 15.000 sampai Rp 20.000 per hari. Tiara mengaku bahwa uang jajannya selama sehari tersebut terkadang tidak cukup, ia mengatakan bahwa ia juga bekerja untuk menambah uang jajannya. Dalam hal berbelanja dimana ia rela atau gampang sekali mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang yang ia inginkan serta hang-out dengan teman-temannya, dia tertarik berbelanja barang-barang tersebut karena melihat iklan dan promosi dari produk-produk tertentu. Tiara mengatakan barang yang sering ia beli adalah baju dan celana h&m, uniqlo, Zara dan sepatu Jordan. Ia mengatakan dalam memakai barang tersebut ia merasa kepuasan tersendiri karena dapat membeli barang dengan hasil keringatnya. Karena sudah memiliki pekerjaan tambahan maka ia dengan sangat mudah membeli barang-barang yang ia inginkan terutama terdapat *trend fashion* maka ia akan langsung membelinya terlebih terdapat diskon yang ditawarkan oleh pusat perbelanjaan. (Tiara, wawancara, 5 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membelanjakan uangnya Tiara sering membeli barang-barang bermerk untuk menunjang penampilannya serta jalan-jalan bersama teman-temannya. Tiara tertarik berbelanja karena adanya diskon yang ditawarkan serta melihat iklan dan promosi dari suatu produk.

Irda merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 100.000 per hari. Karena uang jajannya yang bisa dibbilang banyak tersebut, Irda dengan sangat mudahnya bisa membeli barang-barang yang ia inginkan. Irda biasanya menghabiskan waktu dengan teman-temannya untuk pergi shopping ke mall, berkumpul di cafe, dan juga pergi ke tempat wisata. Irda juga mengakui bahwa ia sangat suka berbelanja barang-barang yang bermerek seperti seperti baju gamis syar'i dan hoodie, Arisa maxy dress, long dress amora, gamis Ceruti polos,

hoodie Java Seven Shafana Naifa Kusumaputri Red, Adidas ZNE Hoodie. Kalau untuk sepatu sneakers, tas CharlesnKeith selempang, ransel punggung backpack, sandal hey jude, jam ruixine. Dalam berbelanja barang-barang tersebut terkadang didasarkan pada keinginan sendiri tak jarang pula karena terbawa ajakan teman. (Irda, wawancara, 6 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membelanjakan uangnya Irda sering membeli barang-barang yang bermerek untuk menunjang penampilannya serta nongkrong di cafe serta berbelanja ke mall bersama teman-temannya. Dalam membeli barang Irda lebih mengutamakan keinginan dari dalam dirinya.

Liza merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 250.000 per minggu. Liza mengatakan bahwa minat belanja seringkali timbul karena adanya diskon yang ditawarkan oleh sebuah pusat perbelanjaan. Sehingga timbul keinginan untuk membeli barang tersebut. Selain itu *trend* menjadi salah satu pemicu gaya hidupnya agar tidak tertinggal dari teman-temannya yang lain. Liza mengatakan bahwa ia suka berbelanja barang-barang yang bermerk seperti membeli baju merk H&M, sepatu merk Sofiya dan Nobody serta tas merk Gucci dan Chanel. Liza mengakui bahwa dalam hal berbelanja ia lebih mengutamakan keinginan sendiri karena berbelanja merupakan hobi dan kesukaannya. (liza, wawancara, 7 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membeli barang Liza mengutamakan hobi dan kesukaannya dalam berbelanja serta memilih mengikuti *trend* yang membuatnya tertarik untuk membeli barang-barang yang bermerk untuk menunjang penampilannya.

Hairin merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2020, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 200.000 per minggu. Hairin mengatakan bahwa minat belanjanya muncul karena diajak oleh temannya sehingga timbul

keinginan untuk membeli suatu barang. Hairin juga mengatakan bahwa dia akan berbelanja barang yang sedang *trend* maupun yang sedang diskon karena ia merasa ada kesenangan tersendiri saat memakai barang tersebut, contoh dari barang yang biasa dibeli yaitu tas fendi, chanel dan balenciaga, sepatu nike dan adidas. Hairin juga mengatakan bahwa ia sering menghabiskan waktu dengan teman-temannya dengan nongkrong di cafe dekat kampus. (Hairin, wawancara, 8 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membelanjakan uangnya Hairin sering membeli barang-barang yang bermerek untuk menunjang penampilannya serta nongkrong di cafe serta bersama teman-temannya. Dalam membeli barang Hairin lebih mengutamakan keinginan serta diajakoleh teman sehingga muncul keinginan untuk berbelanja.

Nabila merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 50.000-60.000 per hari. Nabila mengatakan dengan mengenakan barang-barang yang bermerek membuatnya lebih percaya diri sehingga tidak ketinggalan *trend* yang ada. Nabila senang membeli barang yang sedang *trend*, seperti ada barang yang sama seperti yang sudah dipunya tetapi dengan model terbaru maka dia akan langsung membelinya. Jika diamati dari media sosialnya, Nabila sering memposting foto ketika sedang berbelanja ataupun pergi ke tempat-tempat kekinian. (Nabila, wawancara: 6 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dapat dilihat bahwa Nabila merasa lebih percaya diri dengan barang-barang *branded* yang telah dibelinya, Nabila bergaya hidup dengan ingin mengikuti *trend* berbagai produk keluaran terbaru. Nabila merasa saat memakai barang yang sedang *trend* membuat dirinya merasa senang dan lebih percaya diri.

Lisa merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan yang cukup dari orang tuanya. Lisa juga mengatakan bahwa ia sering menghabiskan waktu di cafe dengan teman-temannya. dia suka berbelanja barang-barang yang

bermerk seperti seperti tas, sepatu dan baju dengan *merk* Adidas, Gucci, Fila dan lain-lain. Lisa mengakui dalam berbelanja barang-barang tersebut terkadang didasarkan pada keinginan sendiri dan merasakan kepuasan tersendiri saat memakai barang-barang tersebut. (lisa, wawancara, 9 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membelanjakan uangnya Lisa sering membeli barang-barang yang bermerek untuk menunjang penampilannya serta nongkrong di cafe serta berbelanja serta dalam membeli barang Lisa lebih mengutamakan keinginan dan merasakan kepuasan tersendiri dalam memakai barang tersebut.

Suci merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 300.000 per minggu. Suci mengatakan bahwa dia biasanya menghabiskan waktu dengan nongkrong bersama teman-temannya di puncak pato, terkadang di cafe dan pergi ketempat wisata yang ada di payakumbuh maupun yang di batusangkar. Hal tersebut juga terlihat di media sosialnya bahwa dia sering memposting foto maupun cerita di Instagram ketika dia sedang nongkrong bersama teman-temannya. Suci mengatakan suka berbelanja barang-barang bermerk seperti sandal merk ando, tas merk lv, gucci, dan ck, dalam membeli barang atas dasar keinginan sendiri, penilaian orang lain dan gaya hidup. Dia merasakan kepuasan sendiri dalam memakai barang tersebut dan suka memakainya untuk berfoto dan mengakui bahwa ia suka berbelanja barang-barang yang sedang *trend* untuk menunjang penampilannya. (Suci, wawancara, 10 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membelanjakan uangnya Suci sering membeli barang-barang yang bermerek untuk menunjang penampilannya serta nongkrong di cafe dan berbelanja barang-barang yang sedang *trend* dalam berbelanja serta dalam membeli barang Suci lebih mengutamakan kepuasan diri sendiri dan melihat gaya hidup orang lain dalam membeli barang tersebut.

Putri merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2017, selama berkuliah ia mendapatkan uang jajan dari orang tuanya sebanyak Rp 600.000 per bulan. Dalam hal berbelanja dimana ia rela mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang yang ia inginkan serta hang-out dengan teman-temannya ke mall dan ke pusat perbelanjaan lainnya. Dalam berbelanja ia mengatakan bahwa minat belanja seringkali timbul karena adanya diskon yang ditawarkan oleh sebuah pusat perbelanjaan karena ia merasa sangat suka dengan barang-barang yang banyak promonya serta gaya hidup orang lain juga menjadi patokannya untuk berbelanja apabila ia melihat barang yang bagus dipakai oleh orang, maka timbul keinginan untuk membeli serta selalu ingin mengikuti *trend* yang ada karena menurutnya hal pertama yang dilihat oleh orang adalah penampilan. Dalam hasil wawancara, Putri mengatakan suka membeli tas dengan *merk* Chanel, YSL, Gucci dan sepatu dengan *merk* Vans dan lainnya, sehingga menjadi kesenangan dan kepuasan tersendiri bagi dirinya. (Putri, wawancara, 9 Januari 2022)

Berdasarkan wawancara diatas, dalam membelanjakan uangnya Putri sering membeli barang-barang yang bermerek untuk menunjang penampilannya serta menghabiskan waktu di mall dengan teman-temannya dan berbelanja barang-barang yang sedang *trend*, serta Putri lebih mengutamakan kesenangan dan kepuasan diri sendiri dan juga melihat gaya hidup orang lain dalam membeli barang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, informan yaitu sepuluh orang mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar memiliki kecenderungan membelanjakan uang yang mereka dapatkan kebanyakan dipergunakan untuk berkumpul bersama teman-temannya di cafe, pergi ke tempat wisata maupun berbelanja ke mall. Seperti yang sudah penulis dapatkan melalui wawancara tersebut kebanyakan mahasiswa suka membeli barang-barang yang bermerek untuk menunjang penampilan dan memiliki minat berbelanja ketika ada diskon serta trend yang berkembang.

### **C. Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, pembahasan ini dimaksudkan untuk memberi penjelasan terhadap hasil penelitian yang sesuai dengan teori yang digunakan. Adapun pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar Dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Dalam hal ini diidentifikasi aktivitas yang dimaksudkan adalah cara bagaimana individu menggunakan waktunya, minat merupakan hal yang menarik dari lingkungannya yang dapat membuat seseorang memperhatikan baik secara sadar maupun tidak sadar serta opini merupakan hal-hal yang dipikirkan individu tentang diri dan lingkungannya.

Dalam penelitian gaya hidup ini peneliti memperoleh beberapa indikator gaya hidup yang akan dibahas, yaitu:

- a. Activities (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Interest (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
- c. Opinion (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan

penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. (Aditya, 2017: 8)

Berdasarkan teori diatas, dari hasil penelitian temuan khusus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar menjelaskan bahwa beberapa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah menghabiskan waktu bersama teman-temannya sekedar untuk nongkrong, berbelanja barang-barang *branded*. Sebagaimana diketahui bahwa kehidupan sebagai mahasiswa itu selalu disibukkan dengan berbagai aktivitas seperti mengerjakan tugas kuliah atau berorganisasi yang selalu terikat oleh waktu. Dalam mengisi kegiatan diluar jam tersebut memerlukan waktu, terlihat penggunaan waktu luang banyak dimanfaatkan sebagai cara untuk mencapai tujuan sesuai dengan kebutuhan. Namun mahasiswa beberapa mahasiswa mengisi waktu luang dengan hal-hal yang kurang bermanfaat. Pada umumnya ternyata mereka tidak memanfaatkan waktunya sebaik mungkin, terkadang mereka sama sekali tidak berinisiatif pergi ke perpustakaan untuk membaca buku. Hal itu juga terjadi pada mahasiswa jika pulang kuliah langsung pulang ke kost untuk tidur atau pergi berkumpul bersama teman-temannya. Apalagi jika hari libur, mereka memilih pergi jalan-jalan ke mall ataupun tempat wisata. Alasan mereka karena terlalu sibuk dengan urusan kampus jadi butuh refreshing. Dapat diketahui bahwa sebahagian dari mereka sering mengunjungi mall dengan tujuan ingin membeli suatu barang seperti produk tas, sepatu, baju dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa rutinitas untuk mengisi waktu luang adalah untuk menikmati kesenangan semata bukan untuk belajar.

Terlebih dalam hal berbelanja mahasiswa memiliki pandangan bahwa keinginan berbelanja seringkali timbul karena tergiur melihat diskon serta ingin mengikuti trend yang ada. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagian besar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah menunjukkan gaya hidup modern yaitu pola terbaru

tingkah laku sehari-hari segolongan manusia yang sesuai tuntutan zaman. Gaya hidup modern yang ditunjukkan oleh mahasiswa terlihat jelas dari cara berpenampilan, lingkungan, aktivitas yang dilakukan setelah kuliah, mengisi waktu luang, penggunaan barang-barang yang bermerek.

Dalam prinsip dasar konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam, Menurut Monzer Khaf terdapat tiga prinsip dasar yang menjadi pondasi teori perilaku konsumsi, yaitu:

1. Seorang muslim harus meyakini dengan keimanan adanya hari kiamat dan kehidupan diakhirat. Keyakinan ini akan membawa dampak mendasar pada perilaku konsumsi. pertama, pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan pada 2 bagian yaitu yang langsung dikonsumsi untuk kepentingan di dunia dan akhirat. Kedua, jumlah jenis pilihan konsumsi kemungkinan menjadi lebih banyak, sebab mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat.
2. Sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat serta menjauhkan diri dari kejahatan.
3. Harta merupakan anugerah Allah dan bukan merupakan suatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Berdasarkan prinsip ketiga diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi seorang muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimum seperti dalam terminologi teori ekonomi konvensional. (Sari, 2020: 33-34)

Teori tersebut mendukung hasil observasi dan wawancara dengan beberapa informan yaitu sepuluh orang mahasiswa Jurusan Ekonomi

Syariah sesuai dengan beberapa pertanyaan yang mengacu pada gaya hidup yang dilakukan oleh para mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.

Dari hasil observasi dan wawancara yang sudah penulis laksanakan sebagaimana yang dipaparkan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa apa yang dilakukan mahasiswa tersebut masih belum sesuai dengan teori prinsip dasar konsumsi menurut perspektif Ekonomi Islam. Karena menurut teori yang ada, konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam, mengkonsumsi diorientasikan pada 2 bagian yaitu yang langsung untuk kepentingan di dunia dan akhirat. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat, serta harta merupakan tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Islam memperbolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama masih dalam batas wajar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai gaya hidup mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar dalam membeli barang branded imitasi menurut perspektif ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan bahwa beberapa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah memiliki gaya hidup modern yaitu pola tingkah laku sehari-hari tergolong manusia yang sesuai tuntutan zaman, yang menimbulkan minat seseorang dalam berbelanja barang-barang yang branded terlebih barang tersebut sedang trend. Selain itu juga pola pikir dengan membeli barang yang sedang diskon atau lebih murah dari harga biasanya meimbulkan keinginan untuk membeli. Dalam mengisi waktu luang beberapa mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah menggunakan waktunya hanya untuk kesenangan semata, dengan mengunjungi pusat perbelanjaan, tempat wisata, serta cafe bersama teman-temannya.

#### **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti memberikan saran kepada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar, yaitu seharusnya kita sebagai mahasiswa khususnya umat muslim bisa menghabiskan waktu luang yang mendatangkan manfaat dari diri kita karena kita tahu bahwa kesenangan didunia hanyalah bersifat sementara. Bahwa jika seseorang hanya mementingkan kehidupan dunia, maka yang ia dapati hanya kehidupan dunia itu saja. Sedangkan jika ia mementingkan kehidupan akhirat, ia akan mendapatkan dunia dan akhirat, sebab untuk mencapai kebahagiaan hidup diakhirat ia harus mencapai kehidupan dunia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almizan. 2016. Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis. *Al Masraf Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Vol. 1 No. 1.
- Alwisol. 2011. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM PRES.
- Admojo, Andreas Agung Dwi. 2019. Analisis hubungan Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Dengan Keputusan Pembelian Produk. *Skripsi*. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Aslamiyah, Ely Suwaibatul. 2020. Belanja Online Sebagai Bagian Dari Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Uluwiyah. *Jurnal Kajian Keislaman*. Vol. 3 No. 1
- Dewojati, Cahyaningrum. 2021. *Sastra Populer Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Gampito. 2013. *Ekonomi Makro Islam*. Batusangkar: Stain Batusangkar Press.
- Gampito. 2014. *Ekonomi Makro Islam*. Batusangkar: Stain Batusangkar Press.
- Hartono. 2018. *Penerapan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan. 2001. *Ekonomi Gaya Kepemimpinan*. Malang: Andi Ofset.
- Kolter, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Prenhanlindo.
- Kurniati. 2016. Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. VI No. 1.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mukharomah, Luluk. 2019. Gaya Hidup Hedonis Ibu Rumah Tangga Dalam Perspektif Mashlahah. *Skripsi*. IAIN Metro. Lampung.
- Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: Madia Nusa Creative.
- Purboyo, dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Prastika, Erliana. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Kecurangan Akademik Mahasiswa Bimbingan dan Konseling. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prastiwi, Iin Emy dan Tira Nur Fitria. 2020. Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Purwaningsih, M. Fransiska. 2018. Analisis Hubungan Gaya Hidup Dan Pendapatan Dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Planet Surf. *Skripsi*. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Putra. 2000. *Dasar-Dasar MSDM*. Jakarta: Andi Offset.
- Rizqiyyah, Fathiyatur. 2020. Perilaku Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa. *Skripsi*. IAIN Salatiga.
- Sari, Putri Yulinda. 2020. Potret Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Mahasiswa Kost. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Simamora. 2014. Perilaku Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, N. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. 2018. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*. Vol. 4 No. 2.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Mardian dan Siti Achira. 2019. Gaya Hidup Hedonisme dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj*. Vol. 5, No 2.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Swatha, B. D. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Syafaati, Arieffi dkk. 2008. Dugem: Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Anak Muda. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol. 10 (2): pp 1-112.
- Wigati, Sri. 2011. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Vol. 01 No. 01.
- Wisudwati, Rusdiana. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Hermes Tiruan Pada Wanita Karir. *Skripsi*. Universitas Bengkulu.