

Implementasi Pembelian Pakaian Baru Bagi Mahasiswa Untuk Menciptakan Nilai Positif Diri Sendiri Dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam

Soliha¹⁾, Maratus Sheptya Mayang Sari²⁾, Rinol Sumantri³⁾, M. Iqbal⁴⁾, Zikri Rahmani⁵⁾

^{1),2),3),4)}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

⁵⁾Universitas Bangka Belitung

Email: msolihah196@gmail.com¹⁾, sheptyamayangsari30@gmail.com²⁾,
rinolsumantri_uin@radenfatah.ac.id³⁾, m.iqbal_uin@radenfatah.ac.id⁴⁾, zikri_ubb@ac.id⁵⁾

Abstrak

Artikel ini membahas implementasi pembelian pakaian baru bagi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang sebagai upaya untuk menciptakan nilai positif dalam diri mereka. Dalam perspektif ekonomi mikro Islam, pembelian pakaian tidak hanya dilihat dari sisi material, tetapi juga dari dampak sosial dan psikologis yang dapat ditimbulkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan survei terhadap mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian pakaian baru dapat meningkatkan rasa percaya diri, memperkuat identitas diri, dan mendorong interaksi sosial yang positif. Selain itu, aspek ekonomi mikro Islam yang berfokus pada keadilan dan kesejahteraan juga menjadi landasan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, pembelian pakaian baru tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga bagian dari investasi diri yang berkelanjutan. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian lapangan yang bertujuan untuk menggali secara mendalam hubungan antara konteks serta interaksi antara individu, kelompok, masyarakat, dan lembaga. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pembelian pakaian baru bagi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik mereka, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih dalam terhadap pengembangan diri, etika ekonomi, dan hubungan sosial. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip Islam dalam berbelanja, mahasiswa dapat membuat keputusan yang tidak hanya bermanfaat bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi para mahasiswa untuk menyadari dampak dari pilihan mereka dan berusaha untuk berbelanja dengan cara yang bertanggung jawab dan beretika. kesadaran terhadap anggaran dan pengeluaran menjadi sangat penting. Misalnya, dengan merencanakan pembelian pakaian sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang telah ditentukan, mahasiswa dapat menghindari utang yang tidak perlu dan menjaga kesehatan finansial mereka. Hal ini sejalan dengan prinsip ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk berbelanja dengan bijaksana dan tidak berlebihan.

Kata Kunci: Pembelian Pakaian, Perilaku Konsumsi, Ekonomi Mikro Islam

Abstract

This article discusses the implementation of purchasing new clothes for UIN Raden Fatah Palembang students as an effort to create positive values within themselves. In an Islamic microeconomic perspective, purchasing clothes is not only seen from the material side, but also from the social and psychological impacts that can be caused. This research uses a qualitative approach by collecting data through interviews and surveys of female students. The research results show that purchasing new clothes can increase self-confidence, strengthen self-identity, and encourage positive social interactions. Apart from that, aspects of Islamic microeconomics which focus on justice and welfare are also an important basis for making purchasing decisions. Thus, purchasing new clothes becomes not only a necessity, but also part of an ongoing self-investment. This research is a field research that aims to explore in depth the relationship between context and interactions between individuals, groups, society and institutions. In this research, the approach used is descriptive qualitative. Purchasing new clothes for UIN Raden Fatah Palembang students not only fulfills their physical needs, but also has deeper implications for self-development, economic ethics and social relationships. By considering Islamic principles in shopping, female students can make decisions that not only benefit themselves, but also society and the environment. Therefore, it is important for female students to be aware of the impact of their choices and strive to shop in a responsible and ethical manner. awareness of budgets and expenses is very important. For example, by planning clothing purchases according to predetermined needs and budgets, female students can avoid unnecessary debt and

maintain their financial health. This is in line with the principles of Islamic teachings which encourage its followers to shop wisely and not excessively.

Keywords: *Clothing Purchase, Consumption Behavior, Islamic Microeconomics*

PENDAHULUAN

Kebutuhan merupakan aspek yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap tahap dalam kehidupan seseorang pasti akan muncul kebutuhan yang disertai dengan keinginan, yang terus berubah sesuai dengan situasi yang dihadapi. Di era digital saat ini, budaya belanja online telah menjadi tren dan kebiasaan baru yang berkembang pesat di masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, termasuk di lingkungan mahasiswa. Belanja online memberikan kemudahan bagi individu untuk melakukan transaksi tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Dengan hanya menggunakan ponsel dan koneksi internet, seseorang dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja (Lestari et al., 2017).

Pakaian merupakan barang yang sangat diminati dan banyak dibeli oleh masyarakat, karena pakaian menjadi elemen krusial dalam penampilan seseorang. Oleh karena itu, saat ini berbelanja sering kali dipandang sebagai cerminan gaya hidup individu (Larasati, 2014). Di zaman revolusi industri 4.0, penerapan teknologi digital telah menjadi suatu keharusan bagi para pelaku bisnis. Dengan demikian, semua jenis usaha harus menyesuaikan diri dengan tuntutan serta harapan konsumen yang ada saat ini (Harahap, 2020). Kemudahan yang ada saat ini memberikan peluang untuk berbelanja secara impulsif. Secara umum, keinginan untuk berbelanja online dengan cara yang spontan sering kali dapat menyebabkan pemborosan. Namun, situasi ini bisa diatasi pada waktu-waktu tertentu, terutama ketika dorongan untuk membeli sangat kuat. Sebaliknya, jika individu tidak mampu menahan dorongan tersebut, maka hal ini dapat menjadi pemicu terjadinya perilaku *implusive buying* (Rasimin & Atamimi, 2008). Menurut Kusnawan (2019), mahasiswa merupakan bagian dari generasi milenial yang sangat akrab dengan e-commerce. Mereka cenderung menghabiskan banyak waktu di depan perangkat elektronik, sehingga belanja online menjadi hal yang biasa bagi mereka. Aktivitas mengulir layar ponsel telah menjadi kebiasaan sehari-hari untuk mencari produk-produk terbaru di platform belanja daring, sebagai upaya untuk mengadopsi gaya hidup modern yang sejalan dengan tren terkini. Selain itu, penawaran promo atau diskon yang diberikan oleh penjual sangat efektif dalam menarik minat konsumen.

Berdasarkan informasi dari databoks, Shopee menjadi platform marketplace dengan jumlah kunjungan tertinggi di Indonesia pada tahun 2023. Data terbaru menunjukkan bahwa total pengunjung Shopee mencapai 2,3 miliar. Hal ini menegaskan bahwa Shopee merupakan salah satu e-commerce yang paling diminati di tanah air. Di sisi lain, Tokopedia mencatatkan 1,25 miliar pengunjung pada tahun yang sama, diikuti oleh Lazada dengan 762,4 juta pengunjung, Blibli dengan 337,4 juta, dan Bukalapak yang mencapai 168,2 juta pengunjung (Katadata, 2024). Mahasiswa sebagai pengguna sangat diuntungkan dengan berbagai kemudahan dalam metode pembayaran yang disediakan oleh aplikasi e-commerce. Namun, mereka sering kali tidak menyadari bahwa konsumsi mereka meningkat karena merasa lebih nyaman mengeluarkan uang dalam jumlah yang cukup besar melalui dana digital saat membeli pakaian baru di platform e-commerce, dibandingkan dengan melakukan pembayaran secara tunai (Kusnawan et al., 2019). Gaya hidup yang sedang tren seringkali mendorong individu untuk lebih berminat dalam melakukan pembelian. Konten yang dibagikan di platform media sosial secara tidak langsung dapat memengaruhi pilihan mereka untuk membeli barang yang sebelumnya tidak terencana. Rasa ingin tahu yang mendorong mereka untuk melihat apa yang dimiliki orang lain membuat mereka cenderung bersikap konsumtif (Octaviana, 2020).

Berdasarkan pada pemaparan di atas maka penelitian ini berfokus pada fenomena

impulsif buying, Pembelian impulsif di kalangan mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Banyak mahasiswa yang tidak menyadari berapa banyak uang yang mereka habiskan untuk konsumsi. Mereka cenderung membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, dibandingkan dengan perlengkapan kuliah yang lebih penting, seperti buku dan alat tulis. Mahasiswa seringkali lebih tertarik pada produk fashion, yang menyebabkan munculnya perilaku impulsif dalam hal pembelian pakaian. Dengan menggunakan produk yang sedang tren, mereka merasa tidak ingin ketinggalan zaman. Dalam mengikuti tren, remaja biasanya membeli dalam jumlah yang banyak, yang berkontribusi pada perilaku konsumsi yang tidak wajar.

Belanja online dianggap sebagai cara yang efisien dan sering kali lebih murah. Berbeda dengan belanja offline, di mana ada interaksi langsung antara penjual dan pembeli, belanja online memungkinkan produk diantarkan langsung ke alamat pembeli setelah kesepakatan dilakukan. Proses ini tidak memerlukan perjalanan fisik dan didukung oleh kemudahan akses produk, pembayaran yang praktis, serta penawaran yang menarik, sehingga menjadikan belanja online sebagai aktivitas yang nyaman dan menjadi tren saat ini.

Untuk memperkaya wawasan pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan, peneliti tertarik untuk menyelidiki pembelian pakaian baru dalam konteks penciptaan nilai positif diri dari sudut pandang ekonomi mikro Islam. Hal ini disebabkan oleh adanya masalah di kalangan mahasiswa yang gemar berbelanja online, yang cenderung menunjukkan perilaku belanja impulsif. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji latar belakang masalah ini dari perspektif ekonomi mikro Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, beberapa rumusan masalah dirumuskan, yaitu: pertama, bagaimana pembelian pakaian baru dapat menciptakan nilai positif bagi diri mahasiswa? Kedua, bagaimana implementasi pembelian pakaian baru dalam perspektif ekonomi mikro Islam? Tujuan penelitian ini adalah: pertama, untuk menjelaskan bagaimana pembelian pakaian baru dapat memberikan nilai positif bagi diri seorang mahasiswa. Kedua, untuk mengetahui bagaimana seharusnya implementasi pembelian pakaian baru bagi mahasiswa dalam konteks ekonomi mikro Islam.

Penelitian ini menguraikan beberapa penelitian terdahulu untuk menguatkan latar belakang masalah diantaranya sebagai berikut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Misi dengan judul “Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol)”, ditemukan bahwa muslimah generasi Z mengikuti perkembangan tren fashion, namun tetap berpegang pada prinsip-prinsip syari’at dalam memilih tren tersebut. Meskipun demikian, perubahan tren fashion yang cepat dapat mengubah kebutuhan menjadi keinginan sesaat, yang pada gilirannya menciptakan pola konsumsi yang cenderung boros, sia-sia, serta berorientasi pada penampilan dan kemewahan di kalangan generasi Z, khususnya di kalangan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang (Anggraini et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Gigih Gotama berjudul “Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung” menunjukkan bahwa di masyarakat modern abad ke-20, konsumerisme telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari. Individu dalam masyarakat ini cenderung mengonsumsi barang bukan semata-mata karena kebutuhan fungsional, tetapi lebih karena dorongan prestise, status sosial, atau sekadar untuk menunjang gaya hidup. Fenomena ini sering terlihat di kalangan remaja. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa literasi digital dan literasi ekonomi secara bersamaan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung (Gotama &

Rindrayani, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Zahra Aulia Mumtaz berjudul “Fenomena Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Bekasi Penonton Tayangan #Racuntiktok1” mengungkapkan bahwa terdapat dua motif utama di balik tindakan belanja online mahasiswa Bekasi yang diperoleh dari informasi di TikTok. Pertama, motif yang muncul akibat rasa penasaran yang ada dalam diri mereka, dan kedua, motif untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dari sudut pandang mereka, belanja online dipahami sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri serta sebagai sumber kepuasan emosional. Selain itu, pengalaman yang telah mereka jalani sejauh ini menunjukkan kecenderungan positif, di mana mereka belum merasakan kekecewaan setelah melakukan belanja berdasarkan informasi yang diperoleh dari TikTok (Mumtaz et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Fajrul Falah dan rekan-rekannya dengan judul “Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto Pada Belanja Online: Perspektif Perilaku Konsumsi Islam” menyajikan temuan yang menarik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari sudut pandang Islam, perilaku para informan dapat dijelaskan melalui beberapa poin penting: 1) Kebersihan, kualitas, dan keaslian produk menjadi kriteria utama dalam pengambilan keputusan mereka. 2) Keadilan, di mana para informan memilih barang berdasarkan penilaian, harga, deskripsi, ulasan pengguna, dan produk terlaris, sehingga transaksi belanja online dapat berlangsung secara transparan dan jujur. 3) Kesederhanaan, yang terlihat dari kebanyakan informan yang melakukan transaksi e-commerce sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka, di mana rata-rata mereka hanya berbelanja 1-2 kali dalam sebulan. 4) Kemurahan hati, di mana para informan menghindari pembelian barang yang dilarang dalam Islam, dan dengan demikian berkontribusi pada perputaran ekonomi. 5) Moralitas, di mana sebagian besar informan memasukkan barang ke dalam keranjang belanja terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian untuk mencegah tindakan impulsif. Selain itu, mayoritas dari mereka memilih metode pembayaran seperti bayar di tempat (COD) dan ShopeePay, yang sejalan dengan prinsip-prinsip agama. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar informan telah mengikuti etika perilaku konsumsi Islam, meskipun terdapat sejumlah kecil informan yang belum sepenuhnya sesuai. Hal ini disebabkan oleh dampak perubahan zaman dan kurangnya kemampuan dalam mengontrol diri saat membuat keputusan ekonomi (Falah et al., 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Lilis Andalasari dan Taufik Ridwan dengan judul “Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon” mengungkapkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa dari program studi ekonomi syariah dalam hal konsumsi makanan dan pakaian cenderung berfokus pada aspek gaya hidup, sehingga mereka berusaha untuk tetap mengikuti tren mode yang ada (Andalasari & Ridwan, 2021).

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang disebutkan di atas, maka yang menjadi pembeda dari penelitian ini, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana implementasi perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi mikro Islam, ditinjau dari kebiasaan membeli pakaian baru oleh mahasiswa yang ngekost. Sehingga penelitian lebih berfokus pada pelaku konsumen dalam perspektif ekonomi mikro Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian lapangan yang bertujuan untuk menggali secara mendalam hubungan antara konteks serta interaksi antara individu, kelompok, masyarakat, dan lembaga. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang menyajikan deskripsi dalam bentuk narasi yang diambil dari sumber-sumber yang diamati baik

secara lisan maupun tulisan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Peneliti menerapkan metode pengambilan sampel nonprobability sampling, yang menurut Sugiyono (2015) berarti bahwa setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang berbeda untuk dipilih sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel dari berbagai sumber data berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut dapat mencakup individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang harapan yang diinginkan, atau individu yang berperan sebagai otoritas, sehingga memudahkan peneliti dalam mengeksplorasi objek atau kondisi sosial yang sedang diteliti.

Sumber data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian melalui wawancara, serta data sekunder yang diambil dari berbagai literatur, buku, dan artikel yang relevan. Teknik analisis data yang dipakai merujuk pada pendapat Miles dan Huberman (1984), yang menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga mencapai tahap di mana data dianggap jenuh oleh peneliti. Proses analisis data mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan sampel yaitu 6 (enam) orang mahasiswa kost UIN Raden Fatah Palembang, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pembelian Pakaian Baru

Pembelian pakaian baru merupakan salah satu aktivitas yang paling menyenangkan dalam kehidupan sehari-hari seorang mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Pereira et al. (2021) yang menyebutkan bahwa pakaian dapat meningkatkan citra positif diri. Ini menunjukkan bahwa penampilan seseorang di mata orang lain memiliki arti dan makna bagi pemakainya.

2. Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam

Islam mendorong pengikutnya untuk memikirkan aspek moral dan etika dalam setiap tindakan, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang melakukan belanja online diharapkan untuk menerapkan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap transaksi yang dilakukan. Ajaran Islam menekankan pentingnya bagi konsumen untuk memahami hak dan kewajiban mereka, serta memperlakukan pedagang dan produsen dengan adil. Oleh karena itu, sangat penting bagi generasi Z Muslim untuk menjalankan perilaku konsumsi online mereka dengan mempertimbangkan aspek keadilan dan kejujuran, serta memilih produk yang sejalan dengan nilai-nilai moral dalam perspektif Islam.

Menurut ekonomi Islam, konsumsi yang dilakukan oleh konsumen tidak serta merta tentang kesukaan dan kebutuhannya, tetapi juga harus memperhatikan syarat sesuai syariat. Asumsi yang harus dipenuhi dalam konsumsi dalam Islam adalah:

- a. Dalam Islam, individu terikat oleh ketentuan syariat yang mengatur mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi. Terdapat sejumlah barang yang dilarang untuk dikonsumsi karena alasan tertentu, dan barang-barang tersebut dianggap haram. Oleh karena itu, konsumen Muslim hanya diperbolehkan untuk mengonsumsi barang-barang yang diakui sebagai halal dan thayib.
- b. Lebih banyak tidak selalu lebih baik. Fenomena ini berlaku untuk barang-barang yang dapat menimbulkan dampak negatif dan bahaya bagi individu yang mengonsumsinya. Ketika produk-produk tersebut dikonsumsi dalam jumlah yang berlebihan, hal ini justru dapat memperburuk kondisi individu maupun masyarakat. Sebagai contoh, konsumsi alkohol, baik dalam jumlah sedikit maupun banyak, dapat memberikan tingkat kepuasan (utility) yang bervariasi, tetapi

dalam jumlah yang berlebihan, efeknya bisa merugikan (Afrina, 2019).

Dalam ajaran Islam, umat Muslim diajarkan untuk menghindari pemborosan dan perilaku konsumsi yang berlebihan (israf). Oleh karena itu, mahasiswa UIN Raden Fatah diharapkan untuk menjadi konsumen yang cerdas, dengan memilih produk secara bijaksana dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Kesadaran akan keberkahan dalam bertransaksi serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dapat membentuk pola konsumsi yang baik. Aktivitas konsumsi mencakup pemanfaatan nilai guna dari barang atau jasa oleh konsumen. Dalam perspektif ekonomi konvensional, ilmu pengetahuan dan agama sering kali dianggap sebagai dua hal yang terpisah, sehingga nilai-nilai religius tidak selalu terlihat dalam setiap tindakan konsumsi. Namun, dalam Islam, pendekatan terhadap konsumsi memiliki nuansa yang berbeda. Setiap tindakan konsumsi seharusnya dilakukan dengan niat ibadah, dan nilai-nilai ibadah tersebut diintegrasikan ke dalam praktik kehidupan sehari-hari (Furqon, 2018).

Sementara itu, perhatian utama tertuju pada masyarakat yang dalam memenuhi atau membeli barang-barang tidak hanya didorong oleh kebutuhan dasar, melainkan juga oleh pengaruh mode atau tren yang sedang berkembang. Contohnya, dalam hal kebutuhan pakaian, seringkali masyarakat membeli pakaian bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan, tetapi lebih kepada mengikuti tren yang sedang populer. Hal ini menyebabkan mereka tidak mempermasalahkan biaya yang dikeluarkan, asalkan kepuasan pribadi dapat terpenuhi.

Selanjutnya, masyarakat seringkali berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan cara yang spontan, tanpa adanya perencanaan yang matang sebelumnya. Pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan ini dikenal sebagai impulse buying. Menurut Beatty dan Ferrel dalam jurnal mereka yang berjudul "Impulse Buying: Modeling Its Precursors", pembelian impulsif adalah suatu tindakan membeli yang dilakukan secara mendadak dan tanpa niat sebelumnya, untuk kategori produk tertentu dan untuk memenuhi kebutuhan yang spesifik (Beatty & Ferrell, 1998). Menurut Hausman, pembelian impulsive terjadi ketika konsumen mengalami suatu kejadian yang mendadak, sering kali muncul dorongan yang sangat kuat untuk membeli dengan segera (Hausman, 2000).

Sejalan dengan penjelasan mengenai perilaku konsumsi yang ideal menurut sudut pandang ekonomi mikro Islam yang telah dibahas sebelumnya, peneliti telah melakukan wawancara dengan lima mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang tinggal di kost. Pertanyaan yang dirumuskan oleh peneliti disampaikan secara konsisten kepada kelima informan, berfokus pada perilaku konsumsi mereka saat berbelanja secara daring serta bagaimana mereka mengatasi masalah perilaku boros yang tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi mikro Islam. Berikut adalah penjelasannya:

3. Pertanyaan Tentang Tren Pakaian

a. Menurut anda, bagaimana seharusnya kita dalam menyikapi perubahan trend fashion?

Jenny : "penting untuk diikuti, tetapi jangan diprioritaskan".

Cinka : "Tergantung karakter fashion kami dimana, maksudnya lebih ke pencocokan antara kepribadian dan fashion kami. Kalau ada pakaian keluaran terbaru ini cocok dengan gaya kami maka akan kami beli, sebaliknya kalau seandainya kami merasa kurang cocok, tidak akan dibeli.

Nazwa: "Nazwa tidak terlalu mengikuti trend fashion, selagi kami merasa nyaman dengan satu mode pakaian , ya kami akan menggunakan dan memanfaatkan yang ada".

Popi: "Iya setuju, menjadi penting karena akan membuat kita bisa tampil percaya diri ketika ke kampus."

Fika: "Benar, penting karena sebagai wujud identitas diri dan dalam rangka mengupgrade tampilan diri yang lebih positif".

b. Apakah dengan berbelanja dapat mengurangi stress karena tugas kuliah?

Jenny: "Bisa, karena ketika mumet, belanja bisa solusi bagi saya".

Cinka: "Kami punya kakak perempuan dan kami sering meminjam pakaiannya yang kami anggap sesuai dengan gaya pakaian kami kak."

Nazwa "Tidak juga kak, karena cara menghilangkan stress akibat tugas kuliah bisa diatasi dengan cara yang berbeda setiap orangnya kak".

Popi : "Bisa jadi kak, tapi harus diperhatikan terlebih dahulu budget yang kita punya".

Fika: "Bisa kak, karena dapat menambah rasa percaya diri ketika punya pakaian baru".

- c. Apakah dengan hadirnya berbagai pilihan model pakaian terbaru membuat anda bingung menentukan pilihan?

Jenny: "Iya bingung, soalnya kan itu pilihannya banyak, dan misalnya yang keluar di bulan Oktober sudah banyak, kemudian harusnya kita memilih pakaian yang sesuai dengan budget yang kita punya dan ketika di bulan berikutnya muncul kembali model pakaian terbaru, dan model pakaian trend di bulan Oktober masih menarik menurut kami, maka kami akan memilih pakaian yang trend di bulan Oktober dan melakukan perbandingan harga".

Cinka: "Tergantung kondisi kak, kalau pas butuh pakaian baru dan ketika memilih model pakaian yang bagus, maka akan membuat bingung."

Nazwa: "Tentu kak, kalau dalam keadaan tidak butuh pakaian baru, tidak akan bingung karena masih bisa memanfaatkan pakaian lama yang dimiliki kak".

Popi: "Iya bingung kak".

Fika: "Betul kak, apalagi kalau fika lihat video pakaian keluaran terbaru di Tiktok, jadi kami semakin bingung menentukan pakaian mana yang mau dibeli".

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UIN Raden Fatah sebenarnya sangat interaktif, mementingkan urusan kuliah daripada belanja pakaian baru. Hal ini karena mahasiswa dekat dengan sosial media yang salah satunya termasuk TikTok sehingga menimbulkan sifat boros.

4. Pertanyaan Tentang Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam

- a. Pernahkah anda merasa fomo atau merasa ketinggalan dengan perubahan trend fashion yang relatif cepat? Apakah anda merasa hidup boros hanya karena fomo, dapat merugikan diri?

Jenny: "pernah, iya benar saya merasa hidup boros hanya karena fomo dengan berbagai pakaian keluaran terbaru sangat cepat perubahannya.

Cinka: Kami lebih memilih untuk menunggu budgetnya cukup kak, jadi fomo itu pasti ada dan akan menjadi buruk kalau cara kita menyikapinya dengan terus berlarut –larut dengan sifat boros dan suka berfoya – foya.

Nazwa: "Iya pernah kak, dan benar kalau boros akan sangat merugikan diri".

Popi: Betul kak, dan tempo perubahannya cepat sekali, Cuma selisih sebulan pun terkadang sudah muncul lagi yang baru".

Fika: "Pernah, karena saya bingung kak setiap mau berangkat kuliah, lihat pakaian yang dipunya modelnya membosankan dan saya mau mencari suasana baru dengan belanja pakaian keluaran terbaru lagi"

- b. Bagaimana cara anda dalam mengatasi perilaku boros tersebut?

Jenny: "Caranya dengan tetap mengenakan pakaian lama yang dimiliki, kemudian dipadukan dengan gaya pakaian yang enak untuk dilihat ketika ke kampus".

Cinka: "Kami lebih mendahulukan penggunaan pakaian lama, atau bahkan pakaian kakak perempuan saya, sering saya pinjam dan kemudian saya mix and match sesuai gaya pakaian saya kak".

Nazwa: Sejauh ini kami belum menemukan solusinya kak, karena semua pakaian yang saya lihat itu selalu terlihat bagus jadi rasanya mau beli terus".

Popi : "Bisa pakai PayLater dan bisa tetap belanja kak".

Fika: "Belum faham kak, karena konten yang tersebar di sosmed akan menimbulkan keinginan untuk beli."

c. Seberapa penting penerapan frugal living menurut anda?

Jenny: "Penting, saya setuju dengan kebiasaan frugal living atau gaya hidup hemat pada umumnya".

Cinka: "Setelah memahami maknanya, maka akan menjadi penting bagi kami kak".

Nazwa : "Penting karena lebih mengutamakan prioritas pakaian baru yang sesuai kak".

Popi: "Bisa jadi kak, karena kalau popi sudah merasa bosan dengan pakaian yang popi punya, popi bakal beli baru lagi".

Fika : "Penting kak tapi tergantung kondisi

Berdasarkan wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua mahasiswa sudah menerapkan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi mikro Islam.

Dari sudut pandang ekonomi mikro Islam, sangat penting untuk menekankan prinsip etika dan tanggung jawab dalam berbelanja. Ini berarti setiap keputusan pembelian harus mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas. Misalnya, seorang mahasiswa yang memilih untuk membeli pakaian dari merek lokal dengan praktik bisnis yang adil tidak hanya mendukung ekonomi lokal, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi jejak karbon dari produk impor. Dengan cara ini, pembelian pakaian tidak hanya menjadi beban finansial, tetapi juga investasi untuk kualitas hidup yang lebih baik.

Pentingnya etika dalam berbelanja juga tercermin dalam kemampuan mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam konteks ini, kesadaran terhadap anggaran dan pengeluaran menjadi sangat penting. Misalnya, dengan merencanakan pembelian pakaian sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang telah ditentukan, mahasiswa dapat menghindari utang yang tidak perlu dan menjaga kesehatan finansial mereka. Hal ini sejalan dengan prinsip ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk berbelanja dengan bijaksana dan tidak berlebihan.

Selain itu, pembelian pakaian juga dapat berfungsi sebagai alat untuk membangun jaringan sosial. Dalam banyak situasi, pakaian yang dikenakan dapat menjadi pemicu percakapan dan jembatan untuk menjalin hubungan baru. Contohnya, seorang mahasiswa yang mengenakan pakaian stylish dan mengikuti tren terkini mungkin lebih mudah menarik perhatian teman-teman baru di kampus. Oleh karena itu, aspek sosial dari pembelian pakaian tidak boleh diabaikan, karena dapat memperkaya pengalaman sosial selama masa studi.

Dalam analisis mendalam mengenai dampak psikologis dari pembelian pakaian, kita juga dapat melihat bagaimana mode dapat mempengaruhi suasana hati dan motivasi. Penelitian menunjukkan bahwa ketika seseorang mengenakan pakaian yang mereka sukai dan merasa nyaman, mereka cenderung lebih produktif dan bersemangat. Sebagai contoh, mahasiswa yang mengenakan pakaian yang membuatnya merasa percaya diri mungkin akan lebih aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan kampus, seperti organisasi atau seminar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keterampilan dan pengalaman mereka.

Secara keseluruhan, pembelian pakaian baru bagi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik mereka, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih dalam terhadap pengembangan diri, etika ekonomi, dan hubungan sosial. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip Islam dalam berbelanja, mahasiswa dapat membuat keputusan yang tidak hanya bermanfaat bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi para mahasiswa untuk menyadari dampak dari pilihan mereka dan berusaha untuk berbelanja dengan cara yang bertanggung jawab dan beretika.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari studi ini menunjukkan bahwa pembelian pakaian baru oleh mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap nilai diri mereka. Melalui aktivitas ini, mahasiswa tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga dapat meningkatkan rasa percaya diri dan citra diri mereka. Hal ini menegaskan pentingnya peran fashion

dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan mahasiswa yang sering berada dalam proses pencarian identitas. Sebagai contoh, ketika seorang mahasiswa membeli pakaian baru untuk acara kampus, dia tidak hanya ingin tampil menarik, tetapi juga ingin mengekspresikan jati dirinya kepada teman-teman dan lingkungan sosialnya. Pilihan pakaian yang diambil dapat mencerminkan kepribadian, nilai-nilai, serta aspirasi yang ingin dicapai.

Melihat temuan dan wawasan yang diperoleh dalam penelitian ini, ada banyak kemungkinan topik yang dapat dijadikan fokus penelitian selanjutnya untuk mendalami perilaku konsumsi mahasiswa, terutama terkait dengan pengaruh media sosial, tren mode, dan prinsip ekonomi mikro Islam. Dengan penelitian-penelitian lanjutan ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang lebih praktis dan aplikatif bagi mahasiswa untuk mengelola konsumsi mereka secara lebih bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penelitian-penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengedukasi mahasiswa mengenai cara berbelanja yang lebih etis, mengurangi pemborosan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang lebih bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, D. (2019). Rasionalitas muslim terhadap perilaku israf dalam konsumsi perspektif ekonomi islam. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 23–38.
- Andalasari, L., & Ridwan, T. (2021). Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon. *GLOSAINS: Jurnal Sains Global Indonesia*, 3(1), 17–29.
- Anggraini, M., Nusrida, H., & Kamarni, N. (2022). Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswa Uin Imam Bonjol). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 52–64.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169–191.
- Falah, M. F., Rahmawati, L., & Hakim, A. (2024). Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto Pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(01), 42–58.
- Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Gotama, G., & Rindrayani, S. R. (2022). Pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif melalui online shop pada mahasiswa progam studi pendidikan ekonomi universitas bhinneka pgri tulungagung. *Jurnal Economina*, 1(4), 690–701.
- Harahap, D. A. (2020). *Virus Corona dan Beralihnya Pedagang Tradisional Ke Online*. https://www.researchgate.net/publication/341312650_Virus_Corona_dan_Beralihnya_Pedagang_Tradisional_Ke_Online
- Hausman, A. (2000). A multi method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17(5), 403–426.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2).
- Larasati, M. A. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(3).
- Lestari, S. A., Winarno, W. W., & Rizal, M. N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Online: PVT Model. *Universitas Gadjah Mada*.

- Mumtaz, Z. A., Dharta, F. Y., & Oxygentri, O. (2022). Fenomena belanja online dikalangan mahasiswa bekasi penonton tayangan# racuntiktok. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 2862–2868.
- Octaviana, R. (2020). Konsep konsumerisme masyarakat modern dalam kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133.
- Rasimin, B. S., & Atamimi, N. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal Psikologi*, 35(2), 181–193.