

**PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI PADA PRODUK YANG
BERKAITAN DENGAN KPOP DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
(PERSPEKTIF *MAQAŞID SYARI'AH*)**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU
DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

Oleh :

NURUL HASANAH

14380015

Dosen Pembimbing :

Dr. MOH. TAMTOWI, M.Ag

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2019**

ABSTRAK

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Pada umumnya, kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup dan memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan. Seiring berkembangnya zaman, tidak sedikit orang beranggapan bahwa kebutuhan tersier bisa dikatakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Terkadang orang bisa mendahulukan kebutuhan tersier daripada kebutuhan pokoknya demi memuaskan keinginannya. Hal ini terjadi pada kebanyakan mahasiswi yang menginginkan sesuatu disebabkan karena kesukaannya pada hal-hal yang berkaitan dengan *kpop*. Maraknya *kpop* membuat para penggemar *kpop* ingin memiliki sesuatu yang berkaitan dengan *kpop*, misalnya membeli aksesoris yang berkaitan dengan sang idola, fashion, maupun produk kecantikan yang berasal dari negara idola tersebut. Saat ini, banyak mahasiswi tertarik pada produk kecantikan. Tampil cantik seperti artis-artis dalam drama memicu penggemar untuk membeli produk yang serupa dengan idolanya. Merasa hal tersebut sebagai kebutuhan untuk mempercantik diri atau merawat diri, produk tersebutpun menjadi target kebutuhannya.

Penyusun tertarik untuk meneliti bagaimana analisis *maqāṣid syarī'ah* terhadap perilaku mahasiswi yang konsumtif terhadap produk yang berkaitan dengan *kpop*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*fiel research*). Dengan sifat penelitian deskriptif analitis yaitu memaparkan objek penelitian berdasarkan informasi dan fakta-fakta di lapangan, sedangkan pendekatannya adalah *maqāṣid syarī'ah* dan teori perilaku. Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah kuisioner dan wawancara. Sumber primer dalam penelitian ini adalah hasil kuisioner dan wawancara pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga penggemar *kpop* ataupun tidak, yang membeli produk yang berkaitan dengan *kpop* (*kstuff* atau produk kecantikan), sedangkan data sekunder dibutuhkan sebagai pelengkap data primer berupa buku-buku, media cetak dan sumber-sumber lain yang dapat dijadikan data pendukung dari penelitian ini.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang menyukai ataupun yang hanya sekedar mengetahui *kpop*, membeli, mengoleksi atau mengonsumsi produk yang berkaitan dengan *kpop* (*kstuff* atau produk kecantikan), sesuai dengan kebutuhan mereka, baik itu untuk memenuhi kebutuhan pribadi (sekunder) atau sebagai kesenangan diri sendiri dalam *taḥsīniyyāh* (tersier). Sebagian besar produk yang dikonsumsi adalah produk kecantikan, namun ada juga mahasiswi yang konsumtif membeli atau mengoleksi barang lainnya seperti aksesoris, album, perlengkapan konser dan lain-lain, rela membeli produk *kpop* dengan menyisihkan atau merelakan uang saku bahkan ada yang bekerja untuk memenuhi keinginannya tersebut yang terkadang akan mengabaikan atau menyampingkan kebutuhan utama.

Kata kunci: Kebutuhan, *Maqāṣid Syarī'ah*, konsumtif, produk *kpop*.

ABSTRACT

Every person has different necessity. Generally, necessity is something that is needed by human to survive that aims to get prosperity and comfort their life. As the time develops, many people assume that tertiary necessity is something that must be completed. Sometimes, people precede their tertiary necessity than primary necessity to satisfy their desire. This is happened to the students who want something because what they want is relate to the *kpop*. Because *kpop* industry develops rapidly, many *kpop* fans want to have something that relate to their *kpop* idol. For instance, they buy an accessory, fashion product, or cosmetic that relate to their idol. Nowadays, many students interest in cosmetics that is used by their idol because they want to look as beautiful as their idol in Korean drama. Moreover, they find that its product is needed to make them beautiful, and placed that product as their necessity.

The researcher is interested to analyse how *maqāṣid syarī'ah* affects student behavioral who consume *kpop* products. This research is field research that belongs to the descriptive research. Descriptive research explains the object of the study based on the information, and the fact in the reality. Meanwhile, the approach of this research is *maqāṣid syarī'ah* and behavioral theory and data collection technique of this research is questionnaire and interview. Then, the primary data of this research is taken from the result of questionnaire and interview of State Islamic University Sunan Kalijaga student who becomes a *kpop* fans or not and buy a product that relate to the *kpop* (*kstuff* or cosmetics). Meanwhile, secondary data of this research is taken from the books, printed media, and other sources that become supported data for this research.

The results of this research shows that most of State Islamic University Sunan Kalijaga student who loves *kpop* or they might only know *kpop* is buy, collect, or consume a product that relate to the *kpop* (*ksuff* or cosmetics) based on their necessity, either to fulfil their secondary necessity or fulfil their pleasure of tertiary necessity. Most of product that is consumed by the student is cosmetics product, but there also student who buy and collect accessories, albums, concert stuffs, and others. They are willing to buy *kpop* product by set aside their allowance. Moreover, some of them work to fulfil their tertiary necessity and ignore their primary necessity.

Keywords: *necessity, maqāṣid syarī'ah, consumptive, kpop products*

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Nurul Hasanah
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nurul Hasanah
NIM : 14380015
Judul : **“ PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI PADA PRODUK YANG BERKAITAN DENGAN KPOP DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA (PERSPEKTIF MAQASID SYARI'AH)**


Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 18 Sya'ban 1440 H
23 April 2019 M

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pembimbing


Dr. Moh. Tamtowi, M.Ag

NIP:19720903 199803 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-238/Un.02/DS/PP.00.9/05/2019

Tugas Akhir dengan judul : PERILAKUKONSUMTIF MAHASISWI PADA PRODUK YANG BERKAITAN
DENGAN KPOP DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA (PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH)

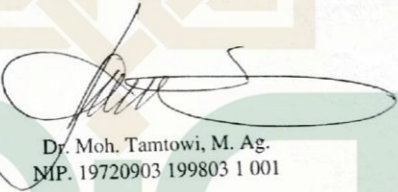
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NURUL HASANAH
Nomor Induk Mahasiswa : 14380015
Telah diujikan pada : Selasa, 07 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


TIM UJIAN TUGAS AKHIR

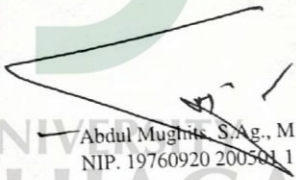
Ketua Sidang/Penguji I


Dr. Moh. Tamtowi, M. Ag.
NIP. 19720903 199803 1 001

Penguji II

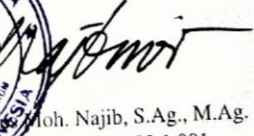
Penguji III


Dr. H. Hamim Ilyas, M.Ag.
NIP. 19610401 198803 1 002


Abdul Mughnis, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19760920 200501 1 002

Yogyakarta, 07 Mei 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Syari'ah dan Hukum
DEKAN




Dr. H. Moh. Najib, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19710430 199503 1 001

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurul Hasanah
NIM : 14380015
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "**Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pada Produk Yang Berkaitan Dengan Kpop Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Perspektif *Maqasid Syari'ah*)**" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 13 Sya'ban 1440 H
18 April 2019 M

Yang menyatakan,



Nurul Hasanah
NIM. 14380015

MOTTO

It's alright to stop

You don't need to run without knowing why

It's alright to not have any dreams

If you have moments where you can feel happiness

It's alright to stop

Don't run without knowing where you going anymore

Stop running for nothing

You don't need to have a dream that everyone else has

All of the words that make you who you are is paradise

~ BTS ~



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

- ❖ *Yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkan dengan cinta, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan sehingga skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.*
- ❖ *Teruntuk mereka yang ku cintai; Mamak dan Bapak yang senantiasa ada saat suka maupun duka, yang tidak berhenti mendoakan putri tercinta dalam setiap sujudnya, serta adik ku (Taufiq Ismail dan Linda Wijiati) yang tak lupa menyemangati dan mengingatkan ku akan banyak hal.*
- ❖ *Seluruh keluarga besarku yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungannya agar menjadi orang yang lebih baik.*
- ❖ *Teman-teman terbaik yang pernah kumiliki yang selalu memberikan semangat dan motivasi untukku, terutana teman-teman kos selalu berbagi keluh kesah (Risky Linda afiska, Sindi Rahmawati, Khusnul Khotimah, Virginia Fahriza Amalia) dan Ithrotun nisa.*
- ❖ *Almamaterku, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan no. 05436/U/1987. Tertanggal 22 Januari 1998. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain‘....	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, ditulis rangkap, contoh:

أَحْمَدِيَّة *Aḥmadiyyah*

C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya.

جَمَاعَةٌ ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis t.

نعمة الله ditulis *ni'matullāh*

زكاة الفطر ditulis *zakātul-fiṭri*

D. Vokal Pendek

Fatḥah ditulis a, kasrah ditulis i, dan dammah ditulis u.

E. Vokal Panjang

a panjang ditulis ā, i panjang ditulis ī, dan u panjang ditulis ū, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

1. fathah + alif, ditulis ā (garis di atas)

جاهلية ditulis *jāhiliyyah*

2. fathah + alif maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)

يسعي ditulis *yas'ā*

3. kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)

مجيد ditulis *majīd*

4. dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis di atas)

فروض ditulis *funūḍ*

F. Vokal-vokal Rangkap

1. Fathah dan yā mati ditulis ai, contoh:

بَيْنَكُمْ *Bainakum*

2. Fathah dan wāwu mati ditulis au, contoh:

قَوْل *Qaul*

G. Vokal-vokal yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof (‘)

أَنْتُمْ *A’antum*

مُؤَنَّث *Mu’annaṣ*

H. Kata Sandang *Alif* dan *Lam*

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*, contoh:

الْقُرْآن *Al-Qur’ān*

الْقِيَّاس *Al-Qiyās*

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggandakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

السَّمَاء *As-Samā’*

الشَّمْس *Asy-Syams*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

1. Dapat ditulis menurut penulisannya.

ذَوِي الْفُرُوض *ditulis Żawi al-furūḍ*

2. Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut, contoh:

أَهْلُ السُّنَّةِ

ditulis *Ahl as-Sunnah*

شَيْخُ الْإِسْلَامِ

ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syaikhul-Islām*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين والصلاة والسلام
على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hidayahnya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penyusun ucapkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa dunia ke dalam cahaya Islam.

Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi yang berjudul “**Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pada Produk Yang Berkaitan Dengan Kpop Di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Perspektif *Maqāsid Syari’ah*)**” ini, tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Agus M. Najib, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saifuddin, SHI., MSI., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

4. Bapak Dr. H. Hamim Ilyas, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik, yang telah memberikan dorongan, dukungan dan kesabaran dalam bimbingannya selama ini.
5. Bapak Dr. Moh. Tamtowi, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga selama bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan do'a, nasehat, semangat, motivasi, dan semua pengorbanannya tanpa mengenal kata lelah untuk senantiasa memberikan yang terbaik bagi putrimu, dan juga untuk adikku, terimakasih banyak yang selalu memberikan dukungan.
7. Segenap Dosen Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah yang telah memberikan ilmu dari awal perkuliahan sampai akhir.
8. Seluruh Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu secara administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Umi Aulia, Rizky Linda Afiska, dan Khusnul Khotimah, yang telah memberikan partisipasi dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman satu angkatan Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) tahun 2014 yang telah memberikan warna selama masa perkuliahan. Semoga kesuksesan menyertai setiap langkah kita dan silaturahmi kita tidak pernah putus.

Semoga amal dan jasa mereka semua mendapat balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penyusun khususnya dan pembaca umumnya. Penyusun sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penyusun harapkan demi perbaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 13 Sya'ban 1440 H
18 April 2019 M

Nurul Hasanah
NIM. 14380015



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAC.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pokok Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Telaah Pustaka	5
E. Kerangka Teori	8
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II TEORI MAQĀṢID SYARĪ'AH DAN GAYA	
HIDUP.....	21
A. Teori <i>Maqāṣid Syarī'ah</i>	21
B. Gaya Hidup	32
BAB III PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI DAN PRODUK	
BERKAITAN DENGAN KPOP.....	45
A. Gambaran Umum Tentang <i>Kpop</i>	45
1. Definisi <i>Kpop</i>	45
2. Sejarah <i>Kpop</i>	46
B. Macam-macam Barang-barang <i>Kpop</i> dan Produk Berkaitan dengan <i>Kpop</i>	48
C. Sebab-sebab Konsumsi Mahasiswi Pada Produk Berkaitan Dengan <i>Kpop</i>	55
1. Iklan	56
2. Fans	59
3. Gaya Hidup	60
4. Kebutuhan	62
BAB IV PERSPEKTIF MAQĀṢID SYARĪ'AH TENTANG	
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI.....	65
A. Analisis Perspektif <i>Maqāṣid Syarī'ah</i> Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswi Pada Produk Berkaitan Dengan <i>Kpop</i>	65
B. Solusi	74
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77

B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	I
Lampiran I.....	I
Lampiran II.....	I
Lampiran III.....	IV
Lampiran IV.....	VI
Lampiran V.....	VII
Lampiran VI.....	XVI



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Pada umumnya, kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup dan memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan. Menurut Imam Al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.¹ Kebutuhan manusia pada dasarnya tidak ada yang sama. Faktor yang menyebabkan perbedaan yaitu, pertama; masalah pribadi misalnya perbedaan fisik, perbedaan usia dan perbedaan jenis kelamin, kedua; perbedaan jumlah anggota keluarga, ketiga; perbedaan status ekonomi, keempat; perbedaan status pendidikan, dan yang kelima; perbedaan lingkungan hidup.²

Kebutuhan juga dapat diartikan sebagai keinginan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberi kepuasan terhadap manusia itu sendiri, baik kepuasan jasmani maupun kepuasan rohani. Berdasarkan intensitasnya, kebutuhan dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu kebutuhan primer

¹ Mustafa Edwin Nasution, Budi Setyanto, dkk, *pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 69.

² <http://www.damaruta.com/2015/01/kebutuhan-manusia-dan-cara-manusia.html>

(*darūriyyāt*), kebutuhan sekunder (*ḥājīyyāt*) dan kebutuhan tersier (*taḥsīniyyāt*).³

Adanya produk-produk barang saat ini dengan berbagai macam tawaran menarik melalui berbagai media menjadi perhatian konsumen yang bertujuan untuk membujuk konsumen membeli produk tersebut. Seiring berkembangnya zaman, tidak sedikit orang beranggapan bahwa kebutuhan tersier bisa dikatakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Terkadang orang bisa mendahulukan kebutuhan tersier daripada kebutuhan utama (pokok) demi memuaskan keinginannya. Hal ini memicu adanya perilaku konsumtif.

Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan, walaupun tidak dibutuhkan (Moningka, 2006).⁴

Menurut Gubernur Bank Indonesia (BI) Darwin Nasution, masyarakat Indonesia di nilai sangat konsumtif. Terbukti pada saat ini, Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai Negara paling konsumtif di dunia. Sementara di peringkat pertama adalah Singapura. Perilaku konsumtif ini

³ <http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2015/11/kebutuhan-manusia.html>, diakses tanggal 12 maret 2018.

⁴ <http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-perilaku-konsumtif-definisi.html>, diakses tanggal 12 maret 2018.

terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat. Tidak hanya pada orang dewasa, perilaku konsumtif pun banyak melanda para remaja.⁵

Dahulu orang-orang membeli suatu barang karena suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Saat ini orang membeli suatu barang karena bermacam sebab, memperlihatkan status sosial, karena harga, hanya sekedar gengsi, dan yang paling umum ialah untuk memuaskan keinginan. Tanpa disadari, hal tersebut membuat seseorang hidup dalam gaya hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif saat ini seakan dianggap hal yang wajar, namun dapat menyebabkan dampak yang cukup serius. Konsumtif yang dimaksud di sini ialah perilaku yang lebih mengutamakan kebutuhan tersiernya yang dengan suatu keharusan untuk dipenuhi bahkan bisa-bisa mengabaikan atau menyampingkan kebutuhan yang pokok. Perilaku konsumtif juga dapat mengakibatkan seseorang menjadi korban tindak kejahatan.

Hal ini terjadi pada kebanyakan mahasiswa yang menginginkan sesuatu disebabkan karena kesukaannya pada hal-hal yang berkaitan dengan *kpop*. Maraknya *kpop* membuat para penggemar *kpop* ingin memiliki sesuatu yang berkaitan dengan *kpop*.⁶ Misalnya, membeli album, aksesoris yang berkaitan dengan sang idola, fashion, maupun produk kecantikan yang berasal dari negara idola tersebut atau karena produk tersebut dibintangi oleh idolanya. Tampil cantik dan menawan seperti artis-artis dalam drama ataupun grup idol, memicu penggemar untuk membeli produk yang serupa dengan idolanya atau

⁵ Asti Asri, *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA 1 Babelan*, Jurnal dan Pengukuran Psikologi, No.1, Vol.1 (Oktober 2012), hlm. 197.

⁶ *Kpop* ialah singkatan dari *Korean pop* (musik pop Korea). *Kpop* telah mewabah di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia.

membeli produk karena bintang iklannya adalah idolanya. Bahkan bukan hanya penggemar *kpop* juga ada yang membeli dan mengonsumsi produk ini. Merasa hal tersebut sebagai kebutuhan untuk mempercantik diri atau merawat diri, produk tersebut menjadi target kebutuhannya.

Saat mereka ingin mewujudkan keinginan tersebut, mereka tidak melihat atau memikirkan hal-hal kecil untuk kedepannya, bahkan menyampingkan sesuatu yang lebih diutamakan. Misalnya, untuk kebutuhan pokok yang utama, rela menyisihkan uang atau mengurangi saku hanya untuk membeli produk. Apalagi zaman sekarang ini, mungkin kebanyakan kalangan anak muda, salah satunya mahasiswi kadang melupakan bahwa buku juga masih salah satu dari kebutuhan. Mementingkan kecantikan atau merawat diri saat ini adalah hal yang terpenting, meskipun tidak semua kalangan anak muda (mahasiswi) seperti itu. Mengoleksi atau mengonsumsi produk *make up* dan barang-barang terkait *kpop* lebih banyak dan lebih paham dari pada mengoleksi buku.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif mahasiswi terhadap produk yang berkaitan dengan *kpop*. Atas dasar itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI PADA PRODUK YANG BERKAITAN DENGAN *KPOP* DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA (PERSPEKTIF *MAQASID SYARF’AH*)”.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dari judul ini yaitu bagaimana perilaku konsumtif mahasiswi pada produk *kpop*, dipandang dari segi *maqāṣid syarī'ah*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan pokok permasalahan yang dirumuskan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- a. Memambah pengetahuan tentang perilaku konsumtif dipandang dengan mashlahah mursalah.
- b. Menjelaskan bagaimana sikap dalam memenuhi kebutuhan yang telah diajarkan oleh Islam, terutama pada pemenuhan kebutuhan tersier (*taḥsīniyyāt*) agar tidak menjuru kepada perilaku konsumtif.

2. Manfaat

- a. Secara akademis, penelitian ini memperluas pengetahuan dan wawasan terkait perilaku konsumtif (pada kebutuhan tersier) dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan, terutama kebutuhan tersier (*taḥsīniyyāt*) dengan baik, sebagaimana yang telah diajarkan dalam Islam.
- b. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi saran dan masukan untuk masyarakat yang lebih mendahulukan kebutuhan tersier dari pada kebutuhan pokok yang nantinya akan menimbulkan perilaku konsumtif.

D. Telaah Pustaka

Penelitian mengenai perilaku konsumtif sudah banyak dibahas dan diteliti oleh peneliti sebelumnya, namun belum ada yang membahas perilaku konsumtif ditinjau dari *maqāṣid syarī'ah*. Adapun beberapa literatur yang di dalamnya membahas tentang perilaku konsumtif antara lain sebagai berikut:

Asti asri dalam jurnal UNJ penelitian dan pengukuran psikologi volume 1 No. 1, oktober 2012 yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babelan”, objek yang dibahas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.⁷

Riyan Adiputera dan Clara Moningka dalam jurnal UBM PSIBERNETIKA volume 5 No. 2 oktober 2012 yang berjudul “Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada perempuan Dewasa Awal”. Jurnal ini membahas mengenai perilaku konsumtif terhadap sepatu pada perempuan dewasa awal. Hasil penelitian disebutkan bahwa perilaku konsumtif terhadap sepatu pada perempuan dewasa awal ini cukup rendah.⁸

Skripsi dari Zulfa Azizah dengan judul “Hubungan Kematangan Sosial Dengan Kecendrungan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Pemutih Wajah Pada Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum”. Skripsi ini, di dalamnya membahas tentang budaya modern yang otomatis membentuk gaya hidup modern dalam sikap maupun bertidak yang pada intinya akan

⁷ Asti Asri, *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap...*, hlm. 197.

⁸ Ryan Adiputra dan Clara Moningka, *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal*, Jurnal PSIBERNETIKA, No. 2, Vol. 5 (Oktober 2012), hlm. 76.

menimbulkan perilaku konsumtif, salah satunya ketika produk baru dianggap bagian dari bentuk simbolis gaya hidup. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada santriwati. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi kematangan sosial maka kecenderungan perilaku konsumtif akan semakin tinggi.⁹

Skripsi dari Imam Mukhtarom dengan judul “Pemahaman Yusuf Al-Qaradawi Terhadap Hadis-hadis Tentang Perilaku Konsumtif”. Skripsi ini membahas tentang hadis-hadis tentang perilaku konsumtif dari pemahaman yusuf al-Qaradawi. Penyusun skripsi ini menyimpulkan bahwa pemahaman Yusuf al-Qaradawi terhadap hadis tentang perilaku konsumtif diantaranya adalah tidak mubazir, tidak bersikap kikir atau bakhil, dan kesederhanaan. Maksud dari itu mengandung arti memberikan infak baik wajib maupun sunnah, baik untuk dirinya sendiri maupun keluarganya, untuk masyarakat maupun untuk fi sabilillah (di jalan Allah).¹⁰

Berdasarkan beberapa sumber penelitian yang telah disebutkan di atas merupakan penelitian yang berkaitan dengan tema yang akan disusun oleh penyusun yaitu mengenai perilaku konsumtif, yang menjadi pembeda antara penyusun dengan peneliti sebelumnya mengenai perilaku konsumtif adalah

⁹ Zulfa Azizah, *Hubungan Kematangan Sosial Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Pemutih Wajah Pada Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum*, (Fakultas Ilmu sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011).

¹⁰ Iman Mukhtarom, *Pemahaman Yusuf Al-Qaradawi Terhadap Hadis-hadis Tentang Perilaku Konsumtif*, (Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013).

objek dan cara menganalisisnya. Penyusun memfokuskan penelitian dengan menganalisis objek yang membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang akan ditinjau dari segi *maṣlahah mursalah* (usul fikih).

E. Kerangka Teori

Kerangka teori berisi tentang landasan teori atau sejumlah teori yang relevan untuk membantu penyusun dalam memahami dan menjawab permasalahan penelitian.¹¹

1. *Maqāsid Syarī'ah*

Apakah *maqāsid syarī'ah* itu?. Secara bahasa (*lughawi*), *maqāsid syarī'ah* terdiri dari dua kata, yaitu *maqāsid* dan *al-syarī'ah*. *Maqāsid* adalah bentuk jamak dari *maqāsid* yang berarti kesengajaan atau tujuan, sedangkan *syarī'ah* secara bahasa berarti jalan menuju sumber air. Air adalah pokok kehidupan, dengan demikian berjalan menuju sumber air ini dapat dimaknai jalan menuju ke arah sumber pokok kehidupan. Sebagaimana yang telah dipaparkan, *maqāsid syarī'ah* dapat diartikan sebagai maksud atau tujuan diturunkannya syari'at kepada orang Muslim. Semua kewajiban manusia yang bersumberkan dari syari'at yang diturunkan oleh Allah Swt. adalah dalam rangka merealisasikan kemaslahatan manusia itu sendiri. Tidak ada satupun syari'at Allah yang diturunkan kepada manusia tidak mempunyai

¹¹ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm 35.

tujuan. Syari'at yang tidak mempunyai tujuan sama artinya dengan membebankan sesuatu yang tidak dapat dilaksanakan.

Kandungan *maqāsid syarī'ah* adalah kemaslahatan. Kemaslahatan itu melalui analisis *maqāsid syarī'ah* tidak hanya dilihat dalam arti teknis, tetapi dalam upaya dinamika dan pengembangan hukum dilihat sebagai sesuatu yang mengandung nilai filosofi dari hukum-hukum yang disyari'atkan oleh Allah terhadap manusia.¹²

Kebutuhan adalah sesuatu yang dapat dikatakan sebagai masalah. Islam mengajarkan kepada kita agar pengeluaran rumah tangga muslim lebih mengutamakan kebutuhan pokok sehingga sesuai dengan tujuan syariah. Setidaknya terdapat tiga kebutuhan. Pertama, adalah kebutuhan primer (*darūriyyāt*), yakni nafkah-nafkah pokok yang dapat mewujudkan lima tujuan syariat (yakni memelihara jiwa, akal, agama, keturunan, dan kehormatan). Tanpa kebutuhan primer kehidupan manusia tidak akan berlangsung. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan akan makan, minum, tempat tinggal, kesehatan, rasa aman, pengetahuan, dan pernikahan.

Kedua, kebutuhan sekunder (*ḥājjiyyāt*), yakni kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan, agar terhindar dari kesulitan. Kebutuhan ini tidak perlu dipenuhi sebelum kebutuhan primer terpenuhi. Ketiga, adalah kebutuhan pelengkap (*tersier/taḥsīniyyāt*), yaitu kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia.

¹² Suyatno, *Dasar-dasar Ilmu Fiqh dan Ushul Fiqh*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hlm. 154.

Pemenuhan kebutuhan ini tergantung bagaimana pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder, serta sekali lagi, berkaitan dengan ilmu tujuan syariat.¹³

Menurut al-Syathibi, rumusan kebutuhan manusia dalam islam terdiri dari tiga jenjang yaitu:¹⁴

a. *Darūriyyāt* yang mencakup

- 1) Agama (*din*),
- 2) Kehidupan (*nafs*),
- 3) Pendidikan (*‘aql*),
- 4) Keturunan (*nasl*), dan
- 5) Harta (*mal*).

b. *Hājiyyāt*. Jenjang ini merupakan pelengkap yang mengokohkan, dan melindungi jenjang *darūriyyāt*

c. *Taḥsīniyyāt*. Jenjang ini merupakan penambah bentuk kesenangan dan keindahan *darūriyyāt* dan *hājiyyāt*.

Lima kebutuhan *daruriyat* yang mencakup *din*, *nafs*, *‘aql*, *nasl*, dan *mal* merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Bila ada salah satu yang sengaja diabaikan, akan menimbulkan ketimpangan dalam kehidupan manusia. Kemudian, kebutuhan *hājiyyāt* berfungsi melengkapi aspek *darūriyyāt* supaya lebih kokoh. Kebutuhan *hājiyyāt* baru bisa dipenuhi apabila yang *darūriyyāt* telah terpenuhi terlebih dahulu. Contoh dari

¹³ Mustafa Edwin Nasution, Budi Setyanto, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm 66.

¹⁴ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm 66

ḥājīyyāt adalah ibadah sunat setelah ibadah wajib terpenuhi. Pendidikan S1 misalnya, setelah pendidikan SD, SMP, dan SMU dilewati. Jaket untuk melindungi tubuh dari cuaca dingin setelah pakaian yang menutup aurat terpenuhi. Tidak terpenuhinya kebutuhan hajiyyat sebenarnya tidak mengancam aspek dharuriyat selama yang di dharuriyat itu masih ada.

Kebutuhan *taḥsīniyyāt* berfungsi menambah keindahan dan kesenangan hidup. Sekali-kali manusia perlu aspek *taḥsīniyyāt* ini. Ia boleh dipenuhi jika yang *ḍarūriyyāt* dan *ḥājīyyāt* telah terpenuhi terlebih dahulu. Konsumsi *ḍaruriyat* harus lebih utama ketimbang konsumsi *ḥājīyyāt* dan *taḥsīniyyāt*. Jangan sampai *taḥsīniyyāt* mengancam terpenuhinya konsumsi *ḍarūriyyāt*.

Biasanya untuk menggolongkan kebutuhan-kebutuhan manusia dalam tiga judul: keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Keperluan biasanya meliputi semua hal yang diperlukan untuk memenuhi segala kebutuhan yang harus dipenuhi. Kesenangan boleh didefenisikan sebagai komoditi serta jasa yang penggunaannya menambah efisiensi pekerja, akan tetapi tidak seimbang dengan biaya komoditi semacam itu. Kemewahan menunjukkan kepada komoditi serta jasa yang penggunaannya tidak menambah efisiensi seseorang bahkan mungkin mengurangnya.¹⁵

Kekuatan *maṣlahah* dapat dilihat dari segi tujuan *syara'* dalam menerapkan hukum, yang berkaitan secara langsung atau tidak langsung

¹⁵ Muhammad Abdul Mannan diterjemahkan oleh M.Nastangin, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bakti Wakaf, 1993), hlm 48.

dengan lima prinsip pokok bagi kehidupan manusia, yaitu; agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Dapat dilihat dari segi tingkat kebutuhan dan tuntutan kehidupan manusia kepada lima hal tersebut. Dari segi kekuatannya sebagai hujjah dalam menetapkan hukum, yaitu; *maṣlahah ḍarūriyyāh*, *maṣlahah ḥājiyyah*, *maṣlahah taḥsīniyyāh*.

- a. *Maṣlahah ḍarūriyyāh* adalah kemaslahatan yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh kehidupan manusia; artinya, kehidupan manusia tidak punya arti apa-apa bila satu saja dan prinsip yang lima itu tidak ada. Segala usaha yang secara langsung menjamin atau menuju pada keberadaan lima prinsip tersebut adalah baik atau *maṣlahah* dalam tingkat *ḍarari*. Dalam hal ini Allah melarang murtad untuk memelihara agama, melarang membunuh untuk memelihara jiwa, melarang minum minuman keras untuk memelihara akal, melarang berzina untuk memelihara keturunan, dan melarang mencuri untuk memelihara harta.
- b. *Maṣlahah ḥājiyyah* adalah kemaslahatan yang tingkat kebutuhan hidup manusia kepadanya tidak pada tingkat *ḍarari*. Bentuk kemaslahatannya tidak secara langsung bagi pemenuhan kebutuhan pokok yang lima (*ḍarari*), tetapi tidak secara langsung menuju kearah sana seperti dalam hal yang memberi kemudahan bagi pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Contoh *maṣlahah ḥājiyyah* adalah: menuntut ilmu agama untuk tegaknya agama, makan untuk kelangsungan hidup, mengasah otak untuk sempurna akal, melakukan jual beli untuk mendapatkan harta.

c. *Maṣlahah taḥsīniyyāh* adalah *maṣlahah* yang kebutuhan hidup manusia kepadanya tidak sampai tingkat *ḍarari*, juga tidak sampai tingkat *ḥāji*, namun kebutuhan tersebut perlu dipenuhi dalam rangka memberi kesempurnaan dan keindahan bagi hidup manusia. *maṣlahah* dalam bentuk *taḥsīni* tersebut, juga berkaitan dengan lima kebutuhan pokok manusia.¹⁶

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat terjadi karena bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak (Tambunan, 2001).¹⁷

Aspek-aspek Perilaku Konsumtif :¹⁸

a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi (pemborosan) biaya. Apalagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

¹⁶ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqih Jilid 2*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm 429.

¹⁷ Ryan Adiputra dan Clara Moningka, hlm. 76

¹⁸ Asti asri, hlm. 197.

1) Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai peroduknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhann pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan secara maksimal.

2) Inefisiensi biaya

Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realitas dan cenderung boros dalam menggunakan uang sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

b. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disinitimbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

1) Mengikuti mode.

Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, *mall* sudah menjadi

rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

2) Memperoleh pengakuan sosial.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu.

F. Metode Penelitian

Penelitian hakikatnya merupakan kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Pengetahuan yang diperoleh berupa fakta-fakta, konsep, generalisasi, dan teori yang memungkinkan manusia dapat memahami fenomena dan memecahkan masalah yang dihadapi.¹⁹

Metode penelitian secara umum dimengerti sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data dan menganalisis data, sehingga nantinya diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala atau isu tertentu. Dikatakan “bertahap” karena kegiatan ini berlangsung mengikuti suatu proses tertentu, sehingga ada

¹⁹ Etta Mamang Sangatdji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm 1.

langkah-langkah yang perlu dilalui secara berjenjang sebelum melangkah pada tahap berikutnya.²⁰

Dalam penelitian ini penyusun menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang mengambil data dari lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu produser pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta yang tampak dan sebagainya.²¹ Objek penelitian yang akan diteliti adalah mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menyukai atau hanya sekedar mengetahui *kpop*, yang membeli atau mengonsumsi, bahkan mengoleksi produk berkaitan dengan *kpop*.

2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik, yaitu menjelaskan atau memberikan gambaran terhadap keadaan subjek maupun objek penelitian berdasarkan fakta-fakta di lapangan.

²⁰ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm 2

²¹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian di Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas, 1998), hlm 63.

3. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah *maqāṣid syarī'ah* dan teori perilaku.

4. Sumber data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswi yang suka pada produk berkaitan dengan *kpop*.
- b. Data sekunder, yaitu data yang dibutuhkan sebagai pelengkap data primer. Data tersebut berupa buku-buku, jurnal, media cetak dan sumber-sumber lain yang dijadikan data pendukung.

5. Teknik pengumpulan data penelitian

a. Observasi

Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Mengadakan pencatatan serta sistematis mengenal tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan salah satu instrumen dalam pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.²²

Wawancara dilaksanakan peneliti untuk mendapatkan informasi. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada partisipan. Pertanyaan sangat penting untuk menangkap persepsi, pikiran, pendapat, perasaan seseorang tentang gejala, peristiwa, fakta atau realita.

d. Populasi dan Sampel

Populasi di sini ialah populasi tak jelas atau tak pasti. Populasi tak jelas atau tak pasti adalah populasi yang keberadaan dan jumlah anggotanya tidak diketahui secara pasti, tidak jelas keberadaan dan jumlahnya. Maka dari itu penyusun mengambil sampel dari populasi tersebut dengan menggunakan *quota sampling*.

Teknik *quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan jumlah tertentu sebagai target yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel dari populasi (khususnya yang tidak terhitung atau tidak jelas). Kemudian dengan patokan tersebut peneliti mengambil sampel secara sembarang, asal memenuhi persyaratan sebagai sampel dari populasi tersebut. Pada *quota sampling*, banyaknya sampel yang ditetapkan itu hanya sekedar perkiraan akan relatif memadai untuk

²² Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. Ke-35 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm 186.

mendapatkan data yang diperlukan, yang diperkirakan akan mencerminkan populasinya.²³

6. Analisis data

Analisis data di sini berarti mengatur secara sistematis bahan hasil wawancara dan observasi, menafsirkannya dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan yang baru.²⁴ Penyusun menggunakan metode ini untuk mempermudah mendeskripsikan konteks dalam menyelesaikan penyusunan skripsi dan diharapkan dapat menyimpulkan hasil penelitian penyusun.

G. Sistematika Pembahasan

Agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pemaparan hasil penelitian, maka penyusun membagi pembahasan menjadi lima bab sebagai berikut:

Sebelum memasuki bab pertama akan didahului dengan halaman judul, abstrak, halaman pernyataan skripsi, halaman surat pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, dan daftar isi, dan daftar gambar.

Bab pertama berisi tentang pendahuluan, yang menampilkan latar belakang masalah dengan menguraikan hal-hal yang melatarbelakangi

²³ <https://tatangmanguny.wordpress.com/2009/06/30/sampel-sampling-dan-populasi-penelitian-bagian-ii-teknik-sampling-ii/>, diakses pada tanggal 21 Mei 2019.

²⁴ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm 121.

penelitian ini. Pokok masalah dalam penelitian ini. Tujuan dan manfaat penelitian. Selanjutnya telaah pustaka berisi penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka teori sebagai landasan berfikir penulis untuk menganalisis permasalahan. Selanjutnya metode penelitian berisi langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data. Terakhir memuat sistematika pembahasan.

Bab kedua, dalam bab ini membahas mengenai teori-teori yang akan digunakan dalam mengupas permasalahan dalam menjawab permasalahan, dalam hal ini peneliti menggunakan teori *maqāṣid syarī'ah* dan teori perilaku konsumtif.

Bab ketiga membahas tentang hasil penelitian yang sudah dilakukan, yang mencakup gambaran umum tentang perilaku konsumtif mahasiswi (meliputi tujuan dan alasan mahasiswi membeli produk) dan produk yang berkaitan dengan *kpop* itu sendiri.

Bab keempat berisi tentang pembahasan mengenai analisis perilaku konsumtif mahasiswi terhadap produk yang berkaitan dengan *kpop* dengan perspektif *maqāṣid syarī'ah*.

Bab kelima yaitu bab terakhir yang berisi penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan ditarik dari keseluruhan pembahasan yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya, serta saran merupakan masukan atau solusi yang diberikan oleh peneliti. Pada bagian akhir juga dilengkapi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang sekiranya diperlukan dalam penyusunan ini.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kebutuhan setiap manusia berbeda-beda. Pada umumnya kebutuhan merupakan sesuatu yang harus terpenuhi, dan dikelompokkan menjadi tiga, yaitu kebutuhan primer (*ḍarūriyyāt*), kebutuhan sekunder (*ḥājīyyāt*) dan kebutuhan tersier (*taḥsīniyya.t*). Seiring berkembangnya zaman, tidak sedikit orang sering mendahulukan kebutuhan pelengkap daripada kebutuhan yang seharusnya didahulukan. Gaya hidup seperti itu menimbulkan adanya perilaku konsumtif. Hal ini terjadi pada mahasiswi yang membeli, mengoleksi atau mengonsumsi produk yang berkaitan dengan *kpop*, seperti *kstuff* atau produk kecantikan.

Adapun analisis perilaku konsumtif mahasiswi terhadap produk yang berkaitan dengan *kpop* dengan perspektif *maṣlahah mursalah*. Perilaku mahasiswi yang diantaranya disebabkan karena dia seorang mereka seorang fans berat dan gaya hidup (pola pikir diri).

Pertama, pandangan Al-Ghazali dalam hal mengonsumsi, dalam bukunya yang berjudul *Ihya Ulumuddin* beliau membagi tiga tingkatan konsumsi yaitu, *sadd ar-Ramq* dan ini disebut juga *had adh-ḍarūrah*, *had al-ḥājah*, dan yang tertinggi adalah *had at-tanaum*. Dalam hal seperti rela mengurangi kebutuhan pangan dan sandang (kebutuhan makan dan tempat tinggal, seperti kosan untuk seorang mahasiswi) hanya untuk menonton konser. Imam Al-Ghazali menolak gaya hidup seperti ini karena individu tidak akan mampu melaksanakan

kewajiban agama dengan baik dan akan mampu meruntuhkan sendi-sendi keduniaan yang pada gilirannya juga akan meruntuhkan agama karena dunia adalah ladang akhirat. Hal ini termasuk dalam *had ar-ramq* atau batasan darurat adalah tingkatan konsumsi yang paling rendah dan bila manusia berada dalam kondisi ini, ia hanya mampu bertahan hidup dengan penuh kelemahan dan kesusahan.

Kedua, masih dengan pandangan Al-Ghazali pada ingkatan *tana'um* digambarkan bahwa individu pada tahapan ini melakukan konsumsi tidak hanya didorong oleh usaha memenuhi kebutuhannya, tetapi juga bertujuan untuk bersenang-senang dan bernikmat-nikmat. Dalam hal ini seperti perilaku beberapa mahasiswi yang membeli atau mengoleksi *kstuff* (barang *kpop*) untuk memenuhi keinginannya (kebutuhan tersier), seperti halnya membeli album, poster, *photo card*, dan majalah di saat *boygroup* yang disukai mengeluarkan album *comeback*. beberapa mahasiswi mengatakan bahwa akan mengumpulkan uang beberapa bulan sebelum album akan dikeluarkan dari uang saku yang di diberikan dari orangtuanya atau terkadang mengumpulkan uang dari penghasilan kerja (mahasiswi yang mempunyai pekerjaan). Beberapa dari mereka juga ada yang ingin mengoleksi beberapa barang yang pernah dipakai oleh idol dan beberapa dari mereka yang membeli barang yang bersimbolkan idol atau *boygroup* yang mereka sukai, seperti cincin atau pun kalung, dan lain-lain. Menurut Imam Al-Ghazali, gaya hidup bersenang-senang ini tidak cocok bagi seorang mukmin yang tujuan hidupnya untuk mencapai derajat tertinggi

dalam ibadah dan ketaatan. Meskipun begitu, gaya hidup yang demikian tidak seluruhnya haram.

Ketiga, dalam hal perilaku mahasiswi yang menggambarkan pandangan Asy-Syatibi disini sebagian besar merupakan perilaku yang disebabkan oleh iklan dan kebutuhan. Pandangan As-Syatibi terkait *maṣlahah*, beliau membaginya kepada tiga macam, yaitu: *darūriyat*, *ḥājīyyāt*, dan *taḥsīniyat*. Difokuskan pada pemeliharaan jiwa, seperti makan, minum, dan menjaga kesehatan. Makan dan minum merupakan satu kesatuan yang menjadi hal terpenting dalam menjaga kesehatan. Mahasiwi juga harus memperhatikan hal sekecil itu. Meskipun terlihat mudah, hal tersebut adalah pokok utama kemaslahatan diri. Seperti halnya membeli, mengoleksi atau mengonsumsi *kstuff* atau produk kecantikan. Boleh saja mencari kesenangan dan mewujudkan hal itu, karena tidak ada larangannya selagi tidak melanggar syariat. Hal tersebut termasuk kedalam *darūriyyāt* dan *ḥājīyyāh*. Di mana *darūriyyāt* yaitu segala hal yang menjadi sendi ekstensi kehidupan manusia yang harus ada demi kemashlahatan manusia. Sedangkan *ḥājīyyāt* yaitu segala kebutuhan manusia dalam memperoleh kelapangan hidup dan menghindarkan diri kesulitan. Jika kedua kebutuhan ini tidak terpenuhi, manusia pasti akan mengalami kesulitan dalam hidupnya meskipun kemashlahatan umum tidak menjadi rusak.

Adapun *taḥsīniyyāt* adalah segala yang pantas dan layak mengikut akal dan adat kebiasaan serta menjauhi segala yang tercela mengikuti akal sehat. Tegasnya ialah segala hal yang bernilai etis yang baik. Namun, ketiadaan aspek ini akan menimbulkan suatu kondisi yang kurang harmonis dalam

pandangan akal sehat dan adat kebiasaan, menyalahi kepatutan, menurunkan martabat pribadi dan masyarakat. Sebagian besar mahasiswi mengatakan bahwa mereka menggunakan produk kecantikan sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan sekunder (*ḥājīyyāt*). Jika dilihat dari pandangan Asy-Syatibi dalam hal ini termasuk kepada golongan *taḥsīniyyāt*, di mana secara tidak langsung dikatakan bahwa jika tidak memenuhi hal ini atau ketiadaan aspek ini akan menimbulkan suatu kondisi yang kurang harmonis dalam pandangan akal sehat dan adat kebiasaan, menyalahi kepatutan, menurunkan martabat pribadi dan masyarakat. Kebiasaan tersebut bisa dikatakan sebagai kegiatan yang positif karena tujuannya untuk merawat diri yang diberikan oleh sang Pencipta. Meskipun begitu, ada beberapa mahasiswi yang membeli atau mengoleksi *kstuff* atas dasar untuk memberikan kepuasan (batin) dan terpenuhinya keinginan untuk menyenangkan diri sendiri (pemenuhan kebutuhan tersier).

B. Saran

1. Untuk seorang fans *kpop* berstatus mahasiswi, yang benar-benar membeli *kstuff* atau produk kecantikan yang mewujudkannya dengan cara apapun, baik itu kerja atau bahkan pendapatan bulanan yang masih ditanggung orang tua, sebaiknya dapat mengontrol gaya hidup dan perilaku yang seperti itu. Gunakan materi (uang) sebaik mungkin. Bayangkan saja orang tua yang mencari nafkah susah payah untuk menghidupi keluarga. Meskipun yang sudah berpenghasilan sendiri, pasti mengetahui bagaimana rasanya mencari selembar kertas yang bernilai harganya sangatlah susah, begitulah orang tua kita

2. Untuk mereka yang menggunakan produk kecantikan, meskipun produk tersebut manfaatnya baik, sebaiknya dilihat dengan teliti terlebih dahulu kandungan yang ada pada produk tersebut, dan ketentuannya, seperti sebagai muslim kita harus teliti, apakah produk tersebut sudah memiliki label halal atautkah belum.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an/ Tafsir

Al-Anbiya (21) ayat 71.

B. Buku

Abdul, Muhammad Mannan diterjemahkan oleh M.Nastangin, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bakti Wakaf, 1993), hlm 48.

Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm 45

Ahmad, Beni Saebani, *Ilmu Ushul Fiqh*, Bandung; CV Pustaka Setia, 2012.

Edwin, Mustafa Nasution, Budi Setyanto, dkk, *pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2015.

Jaya, Asafri Bakri, *Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.

J., Lexi Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. Ke-35 (andung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Mamang, Etta Sangatdji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2010.

Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.

Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian di Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas, 1998

Peter, Paul dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1999.

Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Raco, J.R. , *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*, Jakarta: PT Grasindo, 2010.

- Rahman, Abd. Dahlan, *Ushul fiqh*, Jakarta: Amzah, 2012.
- Sanusi, Ahmad dan Sohari, *Ushul Fiqh*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Siroj, Malhuf, *Paradigma Ushul Fiqih Negoisasi Konflik Antara Mashlahah dan Nash*, Yogyakarta: CV. Pusta Ilmu Group, 2013.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Suyatno, *Dasar-dasar Ilmu Fiqh dan Ushul Fiqh*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, cet.ke-8 thn 2008.
- Syarifuddin, Amir, *Ushul Fiqih Jilid 2*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Syarifuddin, Amir, *Garis-garis besar Ushul Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Wahab, Abdul Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Semarang: Dina Utama, 1994.
- Wahab, Abdul Khallaf, Syekh, *Ilmu Ushul Fikih*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012.
- Widyarini, *Manajemen Bisnis Dengan Pendekatan Islam*, Yogyakarta: EKONISIA, 2012.
- Zein, Ma'shum, *Menguasai Ilmu Ushul Fiqh*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2013

C. Jurnal

- Adiputra, Ryan dan Clara Moningka, *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal*, Jurnal PSIBERNETIKA, No. 2, Vol. 5 Oktober 2012.
- Asri, Asti *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA 1 Babelan*, Jurnal dan Pengukuran Psikologi, No.1, Vol.1 Oktober 2012.
- Frulyndese, *Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Manado*, Jurnal Holistik, Tahun X No. 18 Juli - Desember 2016.

Kurniati, Astikiwi, indiaty, dan Nofi Nur Yuhanita, *Dampak Demam Virus Korea Terhadap Identitas Diri Remaja*, Transformasi jurnal Informasi dan Pengembangan Iptek, No. 1, Vol. 11 2015.

Mawardi, Muhammad Djalaluddin, *Pemikiran Abu Ishaq Al-Syatibi Dalam Kitab Al-Muwafaqat*, Jurnal ad-daulah, No. 2, Vol. 4.

D. Skripsi

Zulfa Azizah, *Hubungan Kematangan Sosial Dengan Kecendrungan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Pemutih Wajah Pada Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum*, (Fakultas Ilmu sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011).

Iman Mukhtarom, *Pemahaman Yusuf Al-Qaradawi Terhadap Hadis-hadis Tentang Perilaku Konsumtif*, (Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)

E. Internet

<https://ekbis.harianjogja.com/read/2018/07/17/502/928388/nature-republic-hadir-di-hartono-mall->,

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=64261&val=4687>, diakses tanggal 18 mei 2018.

<http://jogja.tribunnews.com/2018/07/23/buka-gerai-resmi-di-yogyakarta-store-nature-republic-diserbu-konsumen>, diakses pada tanggal 19 oktober 2018.

<https://tatangmanguny.wordpress.com/2009/06/30/sampel-sampling-dan-populasi-penelitian-bagian-ii-teknik-sampling-ii/>, diakses pada tanggal 21 Mei 2019.

<http://www.damaruta.com/2015/01/kebutuhan-manusia-dan-cara-manusia.html>

<http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2015/11/kebutuhan-manusia.html>, diakses tanggal 12 maret 2018.

<https://www.korea-lover.com/nature-republic-exo/>, diakses tanggal 18 oktober 2018.

<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-perilaku-konsumtif-definisi.html>, diakses tanggal 12 maret 2018.

<https://www.maxmanroe.com/pengertian-iklan.html>, diakses tanggal 22 februari 2019.

<https://www.qupas.id/daily/7-brand-kosmetik-korea-ini-super-laris-di-indonesia-sampai-rela-ngantri>

<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/cantik/15/06/29/nqocbo-kosmetik-korea-halal-the-saem-hadir-di-indonesia>, diakses tanggal 18 oktober 2018.

<https://sosiologibudaya.wordpress.com/2011/05/18/gaya-hidup/>, diakses tanggal 12 april 2018.

<http://spicieee.net/id/articles/43425>, diakses tanggal 18 oktober 2018.

<https://www.suara.com/entertainment/2018/09/06/104441/seventeen-bakal-gelar-fansign-terbatas-bareng-fans-indonesia>, diakses tanggal 18 oktober 2018.

<http://theglobal-review.com/demam-k-pop-keberhasilan-pemerintah-korea-selatan-membangun-perekonomian-lewat-seni/>, diakses tanggal 6 juni 2018.