



Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Vol. 2, No. 2 April 2023, h. 485-498

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15 Pekanbaru, Riau. Website:

<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

E-ISSN: 2964-7436

Irayanti Tambunan, Rustam, Joni Alizon : Pengaruh Trend Muslimah Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau

PENGARUH *TREND* MUSLIMAH *FASHION* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI EKONOMI SYARIAH UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Irayanti Tambunan¹

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail : irayantitambunan@gmail.com

Rustam²

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail : tunrustham@gmail.com

Joni Alizon³

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail : jonializon@uin-suska.ac.id

Corresponding Author: tunrustham@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini diawali dengan perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah dalam membeli pakaian muslimah dengan mengikuti *trend*. Mahasiswi cenderung memporsikan keuangannya untuk membeli produk yang sedang *trend* dengan cara mengurangi keperluan makan, kuliah maupun lainnya. Perilaku konsumtif mahasiswi mengundang sifat yang boros dan berlebihan. Sementara dalam perspektif ekonomi syariah melarang umatnya untuk bersikap boros termasuk dalam mengkonsumsi *fashion* muslimah yang sedang *trend*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *trend* muslimah *fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau perspektif ekonomi syariah. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi seluruh mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang berjumlah 567 orang. Metode penentuan sampel adalah *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* dan didapat sampel 85 orang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu

observasi, penyebaran kuesioer dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS 21*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trend muslimah fashion* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Perspektif ekonomi syariah mengenai pengaruh *trend muslimah fashion* yang membawa seseorang memiliki perilaku konsumtif tidak dibenarkan, karena perilaku konsumtif tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi syariah.

Kata Kunci: Trend Muslimah Fashion, Perilaku Konsumtif, Perspektif Ekonomi Syariah.

Abstract

This research begins with the consumptive behavior of Islamic Economics students in buying Muslim clothing by following trends. Female students tend to portion their finances to buy trending products by reducing the need for meals, lectures and others. The consumptive behavior of female students invites wasteful and excessive behavior. Meanwhile, in an economic perspective, sharia prohibits its followers from being extravagant, including consuming trending Muslim fashion. The purpose of this study was to determine the effect of the Muslimah fashion trend on the consumptive behavior of female students of Islamic economics at UIN Sultan Syarif Kasim Riau from the perspective of Islamic economics. This type of research is quantitative with a population of all Islamic Economics students at UIN Sultan Syarif Kasim Riau, totaling 567 people. The method of determining the sample is non-probability sampling in the form of accidental sampling. Determination of the number of samples using the slovin formula and obtained a sample of 85 people. Data collection methods in this study are observation, distributing questionnaires and documentation. The data analysis technique used was the research instrument test, the classical assumption test and the hypothesis test with the help of the IBM SPSS 21 application. The results showed that the trend of Muslimah fashion had a significant positive effect on the consumptive behavior of UIN Sultan Syarif Kasim Riau female students. The Islamic economic perspective regarding the influence of the Muslimah fashion trend which leads a person to have consumptive behavior is not justified, because consumptive behavior is not in accordance with the principles of consumption in Islamic economics.

Keywords: Muslimah Fashion Trend, Consumptive Behavior, Sharia Economic Perspective.

PENDAHULUAN

Penggunaan pakaian muslimah dalam beberapa tahun belakangan menjadi *trend* dan berkembang di Indonesia. Muslimah *fashion* atau busana muslimah adalah pakaian lengkap yang dipakai wanita muslim dalam kegiatan sehari-harinya yang mencakup pakaian, aksesoris dan juga perhiasan yang digunakan. Dalam pengertian lain *trend* diartikan sebagai hal-hal yang sedang menjadi buah bibir, digemari atau bahkan digunakan mayoritas masyarakat dalam berbagai kesempatan tertentu secara bersama-sama.¹ Meskipun *trend* adalah sebuah bentuk perkembangan, *trend* busana muslim haruslah yang sesuai kaidah ajaran agama Islam yaitu busana yang setidaknya memiliki unsur-unsur seperti busana yang santun, tertutup dan dirancang dengan bahan yang tidak tipis dan menerawang.

Perkembangan *trend* busana muslim dalam beberapa tahun terakhir dapat dilihat dari data yang di laporkan oleh *State of the Global Islamic Economy Indicator (SGIEI) 2022* yang dirilis Dinar Standard, di Dubai, Uni Emirat Arab, dimana Indonesia berhasil menduduki peringkat ke-3.²

Tabel 1
Laporan GIEI Top 10 Modest Fashion 2022

<i>Rank</i>	<i>Negara</i>	<i>Skor Ranging</i>
1	Uni Emirat Arab	95,2
2	Turkiye	50
3	Indonesia	37,9
4	China	35,6
5	Spanyol	32
6	Italia	25
7	Singapura	24,5
8	Francis	23
9	Malaysia	20,7
10	Jerman	15

Sumber: Laporan GIEI, 2022

¹Bambang Wakidi, *Trend Remaja*, www.remajanew.blogspot.com. Diakses pada 09 September 2022.

²Dian Aprilia, *Posisi Ekonomi Syariah Indonesia dalam SGIE Report 2022*, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/04/12/posisi-ekonomi-syariah-indonesia-dalam-sgie-report-2022-makanan-halal-masuk-peringkat-2>. Diakses pada 10 September 2022.

Dalam ekonomi syariah pakaian merupakan bagian harta kekayaan berupa karunia dan kebaikan yang digunakan untuk kepentingan dunia dan akhirat dalam melaksanakan kehidupan seorang manusia dan hamba Allah Swt. Ekonomi syariah tidak melarang muslimah dalam menggunakan pakaian yang sesuai dengan keinginannya namun Islam memberikan batasan dalam penggunaan busana tersebut. Menurut KH. Ali Mustafa Yaqub terdapat 4 batasan seorang muslimah dalam menggunakan pakaian yaitu menutup aurat, tidak transparan, tidak ketat dan tidak menyerupai lawan jenis.

Munculnya *trend muslimah fashion* memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Indonesia yang ditandai dengan kenaikan hasil produksi dan volume penjualan busana muslimah. Namun juga membawa dampak negatif kepada penggunanya, jika busana muslimah tersebut tidak sesuai dengan kaidah ajaran agama Islam dan dapat menyebabkan penggunanya memiliki perilaku konsumtif.

Menurut Tambunan dan Tulus perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.³ Perilaku konsumtif ini dianggap tidak memiliki manfaat dan hanya menghabiskan pendapatan juga menimbulkan sifat *israf*. Menurut Sumartono, perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentunya akan menghabiskan pengeluaran individu lebih banyak.

Perilaku konsumtif ini banyak terjadi pada mahasiswa yang menyukai kehidupan yang mewah dan gampang. Mahasiswa yang ingin diakui keberadaannya dan diakui eksistensinya oleh lingkungan akan berusaha menjadi sama dengan lingkungan tersebut.⁴ Mahasiswa tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar hidupnya melainkan mengikuti apa yang berkembang dalam masyarakat terutama dalam bidang *fashion*.

Indikator dari perilaku konsumtif menurut Sumartono adalah sebagai berikut :⁵

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. konsumen membeli barang yang ditawarkan karena dijanjikan akan mendapat hadiah jika membeli barang tersebut.

³Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 32.

⁴Novita Sari, Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dan perilaku Konsumtif Dengan Perilaku Melanggar Peraturan Etika Berbusana Mahasiswa Pendidikan IPS FIS UNY, *jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, (2017), h. 4.

⁵*Ibid*, h. 25-26.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen tertarik untuk membeli suatu barang yang dikemas dengan rapi dengan menggunakan warna-warna yang menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen membeli suatu barang dengan tujuan agar tidak kalah dengan orang lain dan agar mendapat perhatian. Dengan kata lain konsumen membeli barang untuk menunjang penampilan dirinya.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Dalam hal ini konsumen mengkonsumsi barang berdasarkan kemewahannya sehingga konsumen cenderung akan menggunakan barang yang dianggapnya paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan beli yang tinggi sehingga membeli barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Dalam hal ini konsumen membeli suatu barang dikarenakan mengidolakan atau menyukai model produk tersebut sehingga mencoba mengikuti dan memakai produk yang ditawarkan oleh idolanya.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen cenderung membeli barang untuk menunjukkan eksistensi dirinya.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen cenderung membeli suatu produk yang sama namun berbeda jenis dari yang telah dibeli sebelumnya, meskipun barang tersebut belum habis digunakan.

Perilaku konsumtif ini menjadikan manusia ke dalam perilaku *tabdzir* dan *israf*. Islam melarang manusia untuk memiliki perilaku konsumtif atau berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi. Maka dari itu, ekonomi syariah memerincikan dan memisahkan antara kebutuhan (*need/hajah*) dan keinginan (*want/raghbah*) manusia.

Dalam ekonomi syariah, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan (*mashlahah*). Tujuan konsumsi adalah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan itu dapat dikategorikan menjadi tiga hal pokok yaitu kebutuhan primer (*dharuriyyah*), kebutuhan sekunder (*hajiyyah*) dan kebutuhan tersier (*tahsiniyyah*).

Karakteristik konsumsi dalam perspektif ekonomi syariah sebagai berikut :⁶

- a. Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara.
- b. Konsumen yang rasional (*mustahik al-aqlani*) senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun rohaninya.
- c. Menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi syariah (*mustawa al-kifayah*) adalah ukuran, batas maupun ruang gerak yang tersedia bagi konsumen muslim untuk menjalankan aktifitas konsumsi.
- d. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *daruriyat*, *hajiyat* dan *tahsiniyat*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, lokasi penelitian di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang berjumlah 567 orang. Metode penentuan sampel adalah *non probability sampling* berupa *accidental sampling*, menggunakan rumus *slovin* dan mendapat hasil 85 orang sampel. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, penyebaran kuesioer dan dokumentasi. Sebelum melakukan pengujian data, dilakukan terlebih dahulu uji validasi dan uji realibilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji linieritas. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Trend Muslimah Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau

⁶Muhammad Ridwan dan Ilham Galang Wahyudi, Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat*, (2019), h. 329-330.

Berdasarkan data olahan SPSS 21 yang telah dilakukan maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut :

1) Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

a. Uji validitas data

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Trend Muslimah Fashion</i>	X1.1	0,797	0,213	Valid
	X1.2	0,705	0,213	Valid
	X1.3	0,719	0,213	Valid
	X1.4	0,353	0,213	Valid
	X1.5	0,33	0,213	Valid
	X1.6	0,792	0,213	Valid
	X1.7	0,588	0,213	Valid
	X1.8	0,701	0,213	Valid
	X1.9	0,585	0,213	Valid
	X1.10	0,698	0,213	Valid
Perilaku Konsumtif	Y1.1	0,703	0,213	Valid
	Y1.2	0,578	0,213	Valid
	Y1.3	0,59	0,213	Valid
	Y1.4	0,635	0,213	Valid
	Y1.5	0,54	0,213	Valid
	Y1.6	0,667	0,213	Valid
	Y1.7	0,665	0,213	Valid
	Y1.8	0,739	0,213	Valid
	Y1.9	0,645	0,213	Valid
	Y1.10	0,631	0,213	Valid

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid, dimana diketahui bahwa semua nilai $r_{hitung} > 0,213$ (r_{tabel}).

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Reliabilitas	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Trend Muslimah Fashion</i>	0,60	0,832	Reliabel/Dapat dipercaya
Perilaku Konsumtif	0,60	0,839	Reliabel/Dapat dipercaya

Berdasarkan tabel 3 uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada masing-masing variabel penelitian adalah reliabel/handal (dapat dipercaya) karena hasil nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
a. Test distribution is Normal.	Mean	,0000000
b. Calculated from data.		5,51301536
Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022		
Normal Parameters ^{a,b}		
	Absolute	,049
Most Extreme Differences	Positive	,049
	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,455
Asymp. Sig. (2-tailed)		,986

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas diperoleh signifikan sebesar 0,986. Artinya semua variabel yaitu variabel *trend muslimah fashion* (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y) berdistribusi normal karena signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,385	2,372		1,848	,068
Trend Muslimah Fashion	,000	,062	,000	-,004	,996

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat pada nilai signifikan yaitu $0,996 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

c. Uji Linieritas

**Tabel 6
Uji Linieritas**

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif (Y) * Trend Muslimah Fashion (X)	(Combined)		2136,339	24	89,014	3,000	,000
Between Groups	Linearity		1363,854	1	1363,854	45,958	,000
Deviation from Linearity			772,486	23	33,586	1,132	,341
Within Groups			1780,555	60	29,676		
Total			3916,894	84			

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 6, terhadap hasil uji linieritas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,341. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel *trendmuslimah fashion*(X) dan variabel perilaku konsumtif

(Y) memiliki hubungan yang linier, karena nilai signifikansi 0,341 > 0,05.

3) Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,647	3,939		,926	,357
	Trend Muslimah Fashion	,690	,104	,590	6,659	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 7, diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 3,647 + b(0,690) + e$$

Sehingga jika nilai variabel independen sama dengan nol (0), maka variabel perilaku konsumtif (Y) sama dengan 3,647 dan setiap kenaikan variabel X sebesar 1 satuan maka nilai perilaku konsumtif juga akan meningkat sebesar 0,690.

b. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8
Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,647	3,939		,926	,357
	Trend Muslimah Fashion	,690	,104	,590	6,659	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 8, dapat disimpulkan bahwa nilai-t-hitung variabel *trend muslimah fashion* (X) sebesar 6,659 > t-tabel 1,989. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar 0,000 < 0,05.

Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *trend muslimah fashion* yang mempengaruhi mahasiswi terhadap perilaku konsumtif.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,590 ^a	,348	,340	5,54613

a. Predictors: (Constant), Trend Muslimah Fashion (X)

Sumber: Data Primer Olahan SPSS, 2022

Dari tabel 9, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* adalah 0,340. Artinya bahwa pengaruh *trend muslimah fashion* terhadap perilaku konsumtif sebesar 34% sedangkan sisanya adalah 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut sertakan dalam penelitian

2. Perspektif Ekonomi Syariah Mengenai Pengaruh Trend Muslimah Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Trend muslimah fashion adalah pakaian lengkap wanita muslim yang sesuai dengan syariat Islam yang sedang dibicarakan, digemari dan digunakan oleh wanita muslim dalam segala aktivitas hidupnya yang akan mengalami perubahan setiap setahun sekali. *Trend fashion* memiliki konotasi positif yang mengarah pada sesuatu yang bagus, memiliki nilai estetika yang tinggi, menawan serta *glamour*, yang akan terus menerus mengalami perubahan dari masa ke masa, baik perubahan dengan unsur yang baru maupun diadaptasi dari *trend-trend* sebelumnya.

Islam tidak melarang muslimah dalam menggunakan pakaian yang sesuai dengan keinginannya namun Islam memberikan batasan dalam penggunaan busana tersebut. Batasan itu tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah, yang menurut KH. Ali Mustafa Yaqub terdapat 4 batasan seorang muslimah dalam menggunakan pakaian yaitu menutup aurat, tidak transparan, tidak ketat dan tidak

menyerupai lawan jenis. Dalam firman Allah SWT dalam surah Al-A'raf (7) : 26 berbunyi :

يُنَبِّئُ عَادَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤْرِي سَوْءَئِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya : “Hai anak Adam, Sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan dan pakaian takwa itulah yang paling baik, yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka selalu ingat”. (Q.S. Al-A'raf: 26).⁷

Penggunaan busana muslimah yang mengikuti *trend* ini membawa dampak kepada kegiatan konsumsi manusia, yang mengarah kepada perilaku konsumtif. Dimana perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan atau perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal seseorang. Faktor internal ini terdiri dari faktor psikologis (motivasi dan persepsi) dan faktor pribadi seperti usia remaja yang cenderung mudah terbujuk rayuan iklan, sehingga mengkonsumsi secara tidak rasional.

Perilaku konsumtif tersebut tentu bertentangan dengan ajaran Islam, dimana Islam menganjurkan seorang muslim mengkonsumsi suatu barang atau jasa secara tidak berlebihan tetapi juga tidak kikir dan mengkonsumsi yang dibutuhkan bukan yang diinginkan. Dalam ekonomi syariah, seorang muslim mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang dibutuhkan untuk kehidupannya, bukan atas dasar keinginan. Dalam Islam manusia diberikan kebebasan oleh Allah Swt. untuk mengkonsumsi apa yang ia inginkan, namun tetap harus terikat dengan perintah Allah Swt. sebagaimana firman-Nya :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah syaitan, karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah: 168).⁸

⁷QS. Al-A'raf (7): 26.

⁸Q.S. Al- Baqarah (2): 168.

Allah Swt. memberi rezeki bagi seluruh makhluk-Nya, Allah membolehkan manusia memakan dan memakai segala yang ada di muka bumi, yaitu makan yang halal, baik dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh *trend muslimah fashion* yang membawa seseorang memiliki perilaku konsumtif tidak dibenarkan dalam ekonomi syariah. Karena perilaku konsumtif tidak sesuai dengan prinsip kuantitas ekonomi syariah. Salah satu bentuk prinsip kuantitas ini adalah kesederhanaan, yaitu sesuai dengan batas-batas konsumsi yang telah dijelaskan dalam syariat Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Trend muslimah fashion* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan koefisien korelasi sebesar $6,659 > t_{\text{-tabel}} 1,989$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ dan koefisien determinasi sebesar 0,340. Artinya bahwa pengaruh *trend muslimah fashion* terhadap perilaku konsumtif sebesar 34% sedangkan sisanya adalah 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut sertakan dalam penelitian.
2. Penggunaan busana muslimah yang mengikuti *trend* diperbolehkan dalam ekonomi syariah, namun harus mengikuti kaidah ajaran Islam yaitu menutup aurat, tidak ketat, tidak transparan dan tidak menyerupai lawan jenis. Dalam ekonomi syariah seorang muslim harus mengkonsumsi suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya bukan berdasarkan keinginan. Sehingga *trend muslimah fashion* yang menyebabkan seseorang memiliki perilaku konsumtif tidak dibenarkan dalam ekonomi syariah.

REFERENSI

- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ridwan, Muhammad. Wahyudi, Ilham Galang. *Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat*, (2019).
- Sari, Novita. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dan perilaku Konsumtif Dengan Perilaku Melanggar Peraturan Etika Berbusana Mahasiswa Pendidikan IPS FIS UNY. *Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*. (2017).
- Aprilia, Dian. *Posisi Ekonomi Syariah Indonesia dalam SGIE Report 2022*, Artikel diakses pada 10 September 2022 dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/04/12/posisi-ekonomi-syariah-indonesia-dalam-sgie-report-2022-makanan-halal-masuk-peringkat-2>
- Wakidi, Bambang. *Trend Remaja*, Artikel diakses pada tanggal 09 September 2022 dari www.remajanew.blogspot.com