

BAB III

BUDAYA KONSUMERISME PADA MAHASISWI UIN ANTASARI BANJARMASIN

A. Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yang Menggunakan *Fashion*

Modern dan *Syar'i*

Mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin memang diwajibkan untuk berpakaian yang islami, sehingga tidak diragukan lagi perkembangan *fashion* keagamaan di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin sangat berkembang pesat. Perkembangan *fashion* tidak ada hentinya, mulai dari warna hingga bentuknya yang unik.

Peneliti mencoba mengamati bagaimana perkembangan *fashion* keagamaan di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Peneliti mengamati di berbagai tempat yang ada di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin seperti, perpustakaan, masjid, taman, dan tempat kuliah dari berbagai fakultas yang ada di kampus tersebut.

Adapun temuan yang peneliti temukan dari berbagai pengamatan yang dilakukan adalah beragamnya *fashion* keagamaan yang ada di Universitas Islam Negeri Antasari. Mulai dari *fashion* yang sempurna menutupi aurat dan lekuk tubuh, hingga *fashion* modern yang memperlihatkan lekuk tubuh dan ada juga peneliti temukan mahasiswi yang menggunakan *fashion* keagamaan yang masih menampakkan auratnya.

Selain itu, peneliti mengamati ada beberapa hal unik yang peneliti temukan. Peneliti melihat setiap fakultas yang ada di UIN Antasari Banjarmasin

memiliki ciri khasnya masing-masing dalam menggunakan *fashion* keagamaan. Ada yang tampil tertutup dan sopan saat kuliah berlangsung, tapi ada juga tampil dengan gaya terbaru menggunakan rok yang ketat dan kerudung dengan model terbaru. Menurut salah seorang responden menjelaskan bahwa di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin memang memiliki ciri khas tersendiri dalam menggunakan pakaian, misalnya saja Fakultas Tarbiyah dan Keguruan yang terkesan rapi dan agak tertutup sedangkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau Fakultas Syariah pakaiannya agak ketat dan kerudungnya pakai yang kekinian.¹

Peneliti akan menampilkan sejumlah foto terkait *fashion* keagamaan yang sering digunakan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dalam sebuah tabel, sehingga peneliti mengklasifikasikan kategori *fashion* keagamaan yang ada pada mahasiswi UIN Antasari seperti, *fashion* keagamaan syar'i dan *fashion* keagamaan modern.

Tabel 3.1 PRODUK *FASHION* KEAGAMAAN MAHASISWI

NO	NAMA	GAMBAR	KETERANGAN
1	Jubah		Jubah adalah baju panjang sampai mata kaki. Jubah sangat sering digunakan oleh wanita Indonesia, tidak terkecuali mahasiswi, khususnya perguruan tinggi Islam.

¹RA, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 9 Juni 2022.

2	Abaya		Abaya merupakan pakaian sejenis gamis yang memiliki bentuk lebar dan panjang.
	Jubah <i>Syar'i</i>		Jubah <i>Syar'i</i> merupakan pakaian yang panjang serta lebar. Pakaian ini merupakan pakaian yang juga sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.
3	Kerudung Lengan		Kerudung lengan merupakan kerudung yang menyatu dengan bagian lengan.
4	Kerudung Jumbo/ <i>Syar'i</i>		Kerudung <i>syar'i</i> merupakan kerudung yang panjang yang mampu menutupi bagian dada secara sempurna.
5	Kerudung Syiria		Kerudung syiria merupakan kerudung instan yang hampir sama dengan kerudung bergo, namun kerudung ini tidak menggunakan bantalan busa.

6	Kerudung Pashmina		Kerudung pashmina merupakan kerudung yang memiliki bentuk persegi panjang.
7	Pashmina Plisket		Pashmina plisket merupakan kerudung yang memiliki bentuk persegi panjang. Perbedaannya dengan pashmina yang biasa terletak dari bahannya.
8	Kerudung segi empat		Kerudung segi empat adalah kerudung yang memiliki bagian 4 sisi atau kotak.
9	Kerudung bella square		Kerudung bella square adalah kerudung segi empat. Perbedaannya dengan kerudung segi empat biasa adalah pada bahan yang digunakan.
10	Kerudung segi tiga		Kerudung segi tiga merupakan kerudung yang memiliki bagian 3 sisi atau segitiga.

11	Kerudung Motif		Kerudung motif adalah kerudung yang memiliki motif, seperti motif bunga, tulisan dan sebagainya.
12	Kerudung Bergo		Kerudung bergo merupakan kerudung instan yang langsung bisa digunakan.

1. Mahasiswi yang Menggunakan *Fashion* Keagamaan *Syar'i*

Fashion keagamaan *syar'i* diartikan sebagai busana yang panjang, warnanya tidak cerah, sehingga tidak memberikan kesan mencolok kepada orang lain. *Fashion* keagamaan yang *syar'i* adalah pakaian yang bentuknya lebar, yang mengulurkan ke seluruh tubuh, sehingga menutupi aurat dari pandangan lawan jenis.² Ada juga yang mengatakan bahwa pakaian *syar'i* tidak harus selalu panjang atau lebar dari pakaian kebanyakan. Kalaupun sudah menutup aurat ia bisa dinamakan pakaian *syar'i*.³ Pada dasarnya pakaian *syar'i* identik dengan kata panjang dan lebar, sehingga mampu menutupi seluruh tubuh yang termasuk aurat dari pemakainya.

Mahasiswi ada yang menggunakan *fashion* keagamaan *syar'i* dengan berbagai alasan yang mereka kemukakan. Salah satu alasannya, karena lebih

²WR, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

³SS, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

senang menggunakan *fashion* keagamaan yang *syar'i*. *Fashion* keagamaan *syar'i* lebih tepat digunakan, karena mengulurkan ke seluruh tubuh. Selain itu, terbiasanya menggunakan pakaian yang *syar'i* menjadi salah satu alasan juga dari mahasiswi.⁴

Ada juga mahasiswi yang mengatakan bahwa menggunakan pakaian *syar'i* terasa lebih nyaman dari pada pakaian yang tidak *syar'i*, orang tuanya pun lebih mendukung dan memberikan izin ketika ia ingin menggunakan pakaian yang *syar'i*.⁵ Arti nyaman memberikan perlindungan yang menyeluruh terhadap dirinya, karena pakaian yang *syar'i* menutup auratnya secara maksimal. Orang lain yang melihat wanita menggunakan pakaian *syar'i* akan beranggapan bahwa wanita tersebut adalah wanita yang baik, sehingga orang enggan untuk mengganggunya. Hal ini juga disampaikan oleh responden lain tentang pakaian *syar'i* yang ia gunakan, menurutnya:

saya lebih senang *fashion* keagamaan *syar'i* bukan yang modern. Alasannya karena yang modern menurut saya lebih terbuka aja, kalo yang *syar'i* lebih menutup aurat banget, karena menggunakan kerudung panjang, pakai gamis, sehingga lekuk tubuh tidak kelihatan, dan lebih bisa menjaga kita aja sih. Laki-laki bakalan lebih segan kalau melihat orang yang berpakaian yang besar seperti kerudung dan baju ini, karena tidak kentat.⁶

Fashion keagamaan *syar'i* memang bertujuan untuk menutup aurat dengan sempurna, tidak memperlihatkan lekuk tubuh, dan warnanya tidak terlalu mencolok. Pakaian *syar'i* juga memberikan perlindungan diri yang maksimal dari lawan jenis. Ada sebagian mahasiswi yang menggunakan pakaian *syar'i* di setiap

⁴WR, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁵PNA, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

⁶GT, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

waktu atau kapan pun saja. Seperti yang disampaikan salah satu responden, ”Kalo saya lebih sukanya ke *fashion* keagamaan yang *syar’i* karena saya sudah terbiasa menggunakannya ... dan saya merasa nyaman menggunakannya”.⁷ Rasa nyaman yang dirasakan membuat mahasiswi terbiasa menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari.

Mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tidak semuanya menggunakan pakaian yang *syar’i* setiap saat. Banyak juga dari kalangan mahasiswi yang menggunakan pakaian yang *syar’i* ketika acara tertentu saja, misalnya saat mengajar, berangkat ke pengajian atau hal lainnya. Beberapa responden menyatakan bahwa “ ... kalo ke pengajian saya menggunakan pakaian yang *syar’i*, tapi kalo di tempat lain bisa menyesuaikan”.⁸ Hal serupa juga disampaikan responden lain, “ ... ketika berangkat ke pengajian bisa menggunakan jilbab *syar’i*, misalnya ke kondangan atau ke kampus biasanya pakai jilbab yang beda lagi ...”.⁹

2. Mahasiswi yang Menggunakan *Fashion* Keagamaan Modern

Semakin modernnya zaman, maka bertambah pula perkembangan gaya hidup, sehingga menciptakan berbagai *fashion* yang berkembang di masyarakat. Salah satunya *fashion* keagamaan yang dibalut oleh kata modern yang menampilkan kesan yang baru, elegan, serta *stylish*. Di kalangan mahasiswi,

⁷WR, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁸RM, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

⁹MR, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 8 Juni 2022.

penggunaan *fashion* keagamaan modern sudah sangat banyak, bahkan banyak dari mahasiswi yang memilih menggunakan *fashion* keagamaan modern tersebut.

Fashion keagamaan modern lebih mengikuti zaman. Walaupun pakaiannya masih belum menutup sempurna, karena kerudungnya tidak diulurkan ke seluruh tubuh, dan masih menampilkan lekuk tubuh. Biasanya *fashion* keagamaan modern menawarkan bentuk baru yang lebih mengikuti perkembangan zaman.¹⁰ *Fashion* keagamaan modern memiliki daya tarik tersendiri bagi mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, karena *fashion* keagamaan modern lebih mengutamakan penampilan yang bagus, sehingga membuat mahasiswi nyaman menggunakannya.

Fashion keagamaan modern memberikan keleluasaan bagi mahasiswi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Berbeda dengan *fashion* keagamaan *syar'i* yang memberikan batasan kepada mahasiswi dalam melakukan aktivitasnya.

Saya lebih senang menggunakan *fashion* modern untuk kuliah, rapat dan jalan-jalan karena terlihat yang *fashionable*. Kalo *syar'i* itu terlihat berbeda dan dipandang agamanya pasti bagus. Kalaupun modern bukan tidak bagus agamanya, tapi lebih banyak berkarya atau lebih bebas berkarya dalam hal mengekspresikan dirinya. Kalo *syar'i* jilbabnya sangat tertutup atau lebih panjang, bukan berarti yang modern tidak panjang, tapi kalo yang modern lebih banyak model atau gayanya, sehingga terlihat berbeda”.¹¹

Selain itu, salah seorang mahasiswi juga mengatakan bahwa dengan menggunakan *fashion* keagamaan dirinya merasa tampil bagus, lebih keren, anggun dan cantik. Walaupun ia menyadari fungsi utamanya untuk menutup aurat

¹⁰AP dan MT, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 8 Juni 2022.

¹¹FCD, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

agar terhindar dari pandangan lawan jenis atau pun melindungi tubuh dari cuaca panas dan dingin.¹²

Fashion keagamaan modern memiliki model dan tipe yang sangat banyak, sehingga memberikan ciri khas tersendiri bagi mahasiswi yang menggunakannya.¹³ Berbagai macam *fashion* keagamaan yang hadir saat ini di tengah-tengah masyarakat seperti, kerudung *pashmina*, segiempat, segitiga dan bergo yang memberikan ciri khas tersendiri bagi penggunanya. *Fashion* keagamaan modern menawarkan bentuk yang kekinian, sehingga terkadang banyak dari *fashion* keagamaan modern yang tidak memperhatikan fungsi yang sesungguhnya dari sebuah pakaian.

Adapun mahasiswi lain mengungkapkan bahwa *fashion* keagamaan modern yang mereka gunakan selain terlihat bagus, *fashion* ini juga memiliki penilaian yang baik ketika orang lain melihatnya. Menurutnya hal utama selain terlihat bagus *fashion* ini juga menutup aurat walaupun tidak sempurna seperti *fashion* keagamaan yang *syar'i* dan ini merupakan bagian dari pengamalan agama.¹⁴

Menurut salah seorang mahasiswi, perkembangan *fashion* keagamaan modern sangat luar biasa. Sebenarnya tidak ada larangan untuk mengikuti sebuah *trend* yang berkembang, namun alangkah baiknya perkembangan ini harus dibarengi dengan pendirian bahwa, pakaian yang baik adalah pakaian yang

¹²RA, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 9 Juni 2022.

¹³NA, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

¹⁴SP, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

menutup aurat.¹⁵ Perkembangan tentang *fashion* keagamaan setiap saatnya selalu bertambah dan hal itu sangat wajar terjadi, karena setiap orang punya selera yang masing-masing terhadap *fashion* keagamaan. Kita pun tidak bisa menolak atas perkembangan tersebut, sehingga kita dianjurkan untuk menerima perubahan yang ada, sembari bersikap rasional atas perubahan tersebut.

Agama pun menganjurkan untuk tetap mengikuti perkembangan zaman yang ada saat ini, sehingga mahasiswi banyak menggunakan *fashion* keagamaan yang modern dengan landasan dasar agama. Hal yang juga harus diperhatikan bahwa anjuran mengikuti perkembangan zaman juga harus disertai dengan pemahaman tentang syariat Islam, sehingga apa yang digunakan tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang berlaku.¹⁶

B. Perilaku Konsumtif Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin

Perilaku konsumtif merupakan aktivitas berbelanja tanpa henti dan sifatnya irasional. Masyarakat tidak melihat lagi fungsi dari apa yang mereka beli. Keinginan dan kebutuhan tidak mampu lagi dibedakan, keduanya melebur dalam masyarakat industri. Gaya hidup akan terus naik apabila gengsi di masyarakat mengedepan.¹⁷

Perilaku konsumtif masuk ke dalam kehidupan masyarakat secara halus dan tanpa di sadari. Perilaku konsumtif juga menyerang dan memasuki ranah universitas. Mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tidak luput

¹⁵SS, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

¹⁶SP, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

¹⁷Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, 106.

dari gejalak perilaku konsumtif tersebut. Penulis melakukan observasi dan wawancara terhadap mahasiswi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan terkait perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin di ranah *fashion* keagamaan.

1. Belanja Berlebihan

Salah satu indikator sifat konsumtif ialah belanja yang berlebihan. Di kampus, perilaku konsumtif adalah perilaku yang sering terjadi, tanpa disadari oleh pelakunya. Perilaku konsumtif banyak berkembang di kalangan mahasiswi, khususnya di ranah *fashion* keagamaan, karena hal tersebut sangat diperlukan oleh mahasiswi.

Mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin diwajibkan untuk menggunakan pakaian yang menutup aurat, seperti gamis dan kerudung. Kewajiban yang dibebankan kepada mahasiswi, membuat mereka berlomba-lomba dalam membeli pakaian-pakaian yang menurup aurat. Berdasarkan 30 responden pemakaian rata-rata mahasiswi umumnya untuk memenuhi keperluannya dalam berpakaian memerlukan kerudung 10 lembar dan gamis 7 lembar itu sudah cukup untuk memenuhi keperluannya dalam satu minggu.¹⁸ Namun setiap mahasiswi ingin tampil beda dan tampil menarik, sehingga mahasiswi dituntut untuk terus membeli dan membeli. Mereka tidak menyadari bahwa telah berlebihan dalam berbelanja dan tidak sesuai dengan kebutuhan yang nyata.

¹⁸Berdasarkan wawancara 30 responden dalam penelitian ini

Seperti yang disampaikan salah seorang mahasiswi, pembelian *fashion* keagamaan bisa satu atau dua barang dalam satu bulan. Sementara itu ia juga menjelaskan bahwa ia memiliki sekitar 75 kerudung yang digunakannya bersama kakanya untuk keperluan sehari-hari. Selain itu, ia juga menjelaskan bahwa apabila ada tuntutan lain atau hal-hal lain yang mengharuskan ia membeli *fashion* keagamaan, maka ia akan membelinya.¹⁹ ada juga mahasiswi yang peneliti temukan di lapangan ia memiliki sekitar 100 kerudung yang digunakannya sejak duduk di bangku sekolah menengah pertama dan ia menggunakan kerudung tersebut bersama kakanya yang ada di rumah.²⁰

Peneliti juga menemukan data mahasiswi yang memiliki kerudung di atas 50 lembar dan itu digunakannya sendiri untuk keperluan kuliah sehari-hari. Padahal lebih banyak lagi tapi sudah disumbangkan.²¹ Selain mahasiswi yang banyak mempunyai kerudung, di lapangan peneliti juga menemukan mahasiswi yang tidak terlalu banyak memiliki kerudung. Menurut penuturannya, ia memiliki sekitar 15 kerudung yang digunakannya dalam aktivitasnya sehari-hari.²²

Peneliti mengobservasi dan mengamati mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam berkuliah. Peneliti menemukan data bahwa kebanyakan dari menggunakan gamis atau abaya dalam kesehariannya saat berkuliah. Selain sering digunakan setiap hari, seorang responden mengungkapkan bahwa ia memiliki sekitar 100 lembar gamis yang digunakannya

¹⁹FH, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

²⁰SS, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 6 Juni 2022.

²¹MR, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 8 Juni 2022.

²²RA, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 9 Juni 2022.

bersama kakanya di rumah.²³ Selain itu, ada juga responden lain yang mengungkapkan bahwa ia memiliki sekitar 50 lembar lebih gamis yang dibelinya setiap bulan dan digunakannya untuk keperluan sehari-hari.²⁴

Ada juga responden yang mengungkapkan bahwa ia memiliki gamis 1 lemari. “Jumlah gamis yang saya miliki banyak 1 lemari, mungkin 30 lembar”.²⁵ Gamis yang mereka miliki digunakan untuk keperluan kuliah dan lain-lain. Banyaknya gamis yang dimiliki menunjukkan seringnya mereka berbelanja terkait *fashion* keagamaan.

Data di atas adalah mahasiswi yang banyak memiliki gamis. Selain itu, peneliti juga menemukan data bahwa ada juga mahasiswi yang sedikit memiliki gamis. Hal ini diungkapkan oleh seorang responden yang menyebutkan bahwa ia memiliki 15 lembar gamis untuk keperluannya sehari-hari.²⁶

Harga dari kerudung dan gamis yang digunakan mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin juga bervariasi. Peneliti menemukan data dari seorang responden yang mengatakan bahwa ia memiliki kerudung yang paling mahal sekitar 150 ribu dan gamis paling mahal yang dimilikinya sekitar 800 ribu untuk keperluannya agar terlihat agama.²⁷

²³SP, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

²⁴MR, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 8 Juni 2022.

²⁵NU, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 15 Juni 2022.

²⁶FA, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

²⁷SP, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

Responden lain juga mengatakan bahwa ia pernah membeli kerudung dengan harga 250 ribu dan gamis ia pernah membeli dengan harga 650 ribu karena *fashion* tersebut menurutnya terlihat bagus.²⁸

Ada juga responden yang mengatakan ”Paling mahal 400 ribu untuk satu set gamis dan kerudung ... biasanya harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas”.²⁹ Selain harganya mahal, peneliti juga menggali data terkait harga kerudung dan gamis yang paling murah. Menurut seorang responden ia pernah membeli kerudung secara online dengan harga 10 ribu.³⁰ Ada juga responden yang membeli gamis dengan harga yang cukup murah, ia mengatakan saat itu ia membeli gamis dengan harga 60 ribu.³¹

Alasan yang mendasari mereka dalam membeli hanya berdasarkan keinginan semata. Bahkan apa yang mereka beli hanya untuk melengkapi koleksi di dalam 1 lemari mereka. Banyaknya *fashion* yang mereka miliki dengan harga yang bervariasi, tidak membuat mereka berhenti dalam membeli. Pada dasarnya jumlah *fashion* keagamaan yang mereka sebutkan diatas sudah lebih dari cukup untuk digunakan sehari-hari. Namun, dengan ada faktor-faktor lain seperti ingin menambah koleksi, tuntutan pekerjaan, atau hanya sebatas keinginan, yang membuat mahasiswi tetap berbelanja *fashion* keagamaan setiap bulannya.

²⁸MM, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 6 Juni 2022.

²⁹NJ, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

³⁰NH, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 13 Juni 2022.

³¹EW, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 6 Juni 2022.

2. Belanja Tidak Sesuai Kebutuhan

Kegiatan belanja yang masuk ke dalam indikator konsumtif yaitu belanja tidak sesuai dengan kebutuhan. Banyak mahasiswi yang masuk dalam indikator konsumtif, karena banyak dari mahasiswi memberikan alasan yang tidak rasional dalam berbelanja. Belanja yang berlebihan menjadi sebuah fenomena yang sering kita temui, khususnya di kalangan mahasiswi.

Pada dasarnya setiap orang ingin tampil berbeda dari orang lain, sehingga memunculkan rasa ingin membeli barang-barang yang baru. Sebenarnya belanja adalah hal yang wajar, selama mempunyai alasan dan tujuan yang jelas dari sebuah produk yang kita beli. Namun, sekarang ini banyak kita temui mahasiswi berbelanja dengan alasan-alasan yang tidak termasuk dalam indikator kebutuhan primer.

Peneliti mencoba menggali informasi terkait alasan-alasan dari mahasiswi dalam membeli *fashion* keagamaan. Salah seorang responden mengungkapkan alasannya membeli *fashion* keagamaan, menurutnya:

Sering beli karena melihat warnanya bagus, sehingga saya ingin membelinya. Sering juga bahkan sering sekali saya beli kerudung atau gamis karena melihat teman memakainya. Biasanya ketika teman memakainya terlihat sangat bagus, sehingga ingin membelinya juga, ternyata diluar ekspektasi ketika di coba dan akhirnya tidak di pakai.³²

Apa yang dibeli bukan kebutuhan yang diperlukan, alasan membeli hanyalah berdasarkan apa yang di lihat. Apa yang dibeli bukan barang yang seharusnya, tapi hanyalah barang yang tidak dibutuhkan. Faktor tersebut memunculkan sifat konsumtif, sehingga mahasiswi terjebak dalam zona tersebut

³²EW, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 6 Juni 2022.

tanpa mereka sadari. Selain itu, mahasiswi juga suka membeli *fashion* keagamaan karena ingin melengkapi koleksi warna yang belum dimilikinya.³³ Namun, dapat kita lihat saat ini, warna dari *fashion* keagamaan selalu bertambah setiap saat. Hal tersebut menjadikan mahasiswi akan terus berbelanja, selama warna dari *fashion* keagamaan bertambah.

Ada juga responden yang mengungkapkan bahwa menurutnya warna dan bentuk tidak menjadi alasannya dalam membeli *fashion* keagamaan, ia lebih mempertimbangkan terkait bahan yang digunakan dari *fashion* keagamaan yang dibelinya.³⁴ Responden lain juga mengungkapkan “Saya pernah beli kerudung karena melihat warnanya yang bagus, jadi ingin beli kerudung tersebut ... “. ³⁵

Selain alasan di atas, responden lain juga menyampaikan alasannya membeli *fashion* keagamaan kerudung atau gamis, ia mengatakan pernah membeli dengan alasan tertarik karena melihat teman menggunakannya, sehingga faktor tersebut yang menjadi alasannya dalam membeli *fashion* keagamaan.³⁶ Dapat dilihat bagaimana alasan irasional yang menjadi dasar dalam membeli gamis atau kerudung tersebut, sehingga apa yang dibeli bukan berasal dari keperluan yang sesungguhnya.

Alasan mahasiswi di atas dalam membeli *fashion* keagamaan hanya berdasarkan warna dan tertarik teman menggunakannya. Selain itu, ada lagi alasan

³³FM, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

³⁴SS, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

³⁵GTW, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

³⁶MM, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 6 Juni 2022.

lain yang di sampaikan mahasiswi dalam membeli *fashion* keagamaan. Seperti yang disampaikan salah seorang responden bahwa tidak ada motivasi utama dalam membeli sesuatu, ia menyebutkan alasannya membeli itu biasanya didasari karena bentuknya yang lucu, bagus dan tampilanya yang menarik.³⁷ Pada dasarnya wanita memang menyukai dengan hal-hal yang sifatnya lucu atau unik, sehingga mereka tidak berpikir panjang dalam membeli ketika melihat *fashion* keagamaan yang lucu dan unik.

Ada juga mahasiswi yang mengatakan bahwa ketika ia pergi ke pasar tidak ada niat untuk membeli kerudung ataupun gamis, tapi ketika melihat orang yang menjajakan gamis atau kerudung, akhirnya muncul keinginan untuk membeli barang tersebut.³⁸ Seperti yang disampaikan responden lain “Pernah beli kerudung atau gamis karena melihat teman menggunakannya, pengen beli seperti dia”.³⁹ Selain itu, ada juga responden yang menyampaikan “Menurut saya apa yang digunakan teman saya terkadang membuat saya tertarik ... kalo bisa saya beli yang lebih bagus dari pada dia”.⁴⁰

Ada juga responden yang mengatakan ketika ia melihat orang lain menggunakan gamis dan kerudung yang bagus, tiba-tiba ia tertarik untuk membelinya. Setelah membeli, ternyata tidak sesuai dengan keinginannya,

³⁷JA, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

³⁸LT, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 15 Juni 2022.

³⁹FM, Mahasiswi Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

⁴⁰NU, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 15 Juni 2022.

sehingga kerudung dan gamis yang ia beli tidak digunakannya lagi. Kasus seperti ini sudah puluhan kali terjadi pada dirinya.⁴¹

3. Belanja karena Iklan

Teknologi saat ini sangat berkembang pesat, hampir setiap aspek kehidupan kita harus melibatkan teknologi. *Handphone* salah satu teknologi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan setiap aktivitasnya sehari-hari. Hampir setiap orang baik dari kalangan anak-anak, remaja, hingga orang tua memiliki *handphone* dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Handphone menghadirkan berbagai macam fitur yang dapat digunakan untuk memudahkan manusia dalam beraktivitas sehari-hari. Salah satunya adalah media sosial yang saat ini sangat diminati oleh setiap orang. Media sosial digunakan untuk mengenalkan satu orang dengan orang lainnya. Namun, untuk saat ini media sosial bukan hanya menjadi sebuah tempat untuk saling mengenalkan satu orang dengan orang lainnya, melainkan juga menjadi tempat untuk jual beli barang dan tempat untuk mengiklankan barang. Banyak produk yang diiklankan di media sosial, karena media sosial sangat mudah untuk dijangkau untuk semua kalangan, sehingga siapa saja dapat mengiklankan produknya di media sosial. Iklan di media sosial menjadi salah satu faktor meningkatnya perilaku konsumtif dari mahasiswa. Banyak dari mahasiswa yang mengungkapkan bahwa salah satu alasannya ia membeli produk *fashion* keagamaan karena melihat iklan di media sosial.

⁴¹ FCD, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

Salah seorang responden menyampaikan bahwa ia membeli barang terkait *fashion* keagamaan karena melihatnya di media sosial, ia menjelaskan ketika di media sosial menampilkan produk yang bagus maka seketika ia ingin membelinya agar bisa memenuhi kesenangannya.⁴² Responden lain juga mengungkapkan “Biasanya sering melihat di media sosial seperti wa ataupun instagram, karena di media sosial selalu menampilkan *fashion* terbaru”.⁴³ “Biasanya sebelum membeli saya terlebih dahulu melihatnya di iklan ... bahkan saya pernah ketika membuka media sosial Instagram melihat iklan kerudung, tiba-tiba langsung ingin membelinya”.⁴⁴

Media sosial memiliki peran besar dalam mengendalikan rasa keinginan membeli dari mahasiswi. Seperti yang di sampaikan salah seorang responden:

Saya sering membeli kerudung atau gamis secara online. Biasanya saja juga sering melihat iklan tersebut di media sosial, karena media sosial saat ini banyak sekali terdapat iklan, baik itu tentang *fashion* ataupun barang lainnya. Gamis abaya ataupun gamis *syar'i* juga banyak saya temui, tapi saya biasanya sering melihat iklan kerudung di media sosial. Kerudung model sekarang, segi empat, bella square dan pashmina dan banyak mereknya juga saat ini seperti Elzatta, Gumun, dan Alila yang sering tampil di media sosial. iklannya dibuat sangat bagus dan terkesan dengan tampilan dan kata-katanya, saya biasanya suka liatnya, ingin beli jadinya.⁴⁵

Ada juga responden yang mengatakan sebelum membeli *fashion* keagamaan ia harus melihat dulu di iklan *shopee* bisa di media sosial ataupun *marketplace* langsung. Menurutnya *shopee* juga banyak menghadirkan iklan

⁴²FCD, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁴³NJ, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁴⁴WR, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁴⁵NU, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 dan 16 Juni 2022. (Gambar 3.2 bisa dilihat dibagian lampiran)

untuk menarik minatnya dalam berbelanja seperti, “*infashion by shopee (stylish setiap saat)*), hari belanja nasional dan sebagainya. Selain itu, dirinya juga melihat komentar dan foto yang ditampilkan di iklan *shopee* apabila terlihat bagus dan baik, maka setelah itu barulah ia membeli *fashion* keagamaan yang diinginkan.⁴⁶ Media sosial memberikan dukungan penuh terhadap sifat konsumtif mahasiswi. Media sosial juga memfasilitasi iklan yang berkembang saat ini, sehingga iklan yang ditampilkan memberikan dorongan kepada mahasiswi untuk terus membeli dan membeli.

Selain iklan ataupun promosi melalui media sosial ada juga mahasiswi yang membeli *fashion* keagamaan karena tertarik dengan promosi yang ada di pasar tradisional. *Fashion* keagamaan ditampilkan dengan sedemikian rupa, sehingga memberikan kesan yang bagus dan pada akhirnya membeli *fashion* keagamaan tersebut.⁴⁷ Salah seorang responden lain juga menuturkan “ Biasanya beli jilbab, kalo secara online belinya murah, kalo sedikit ongkos kirimnya mahal, jadi langsung banyak dalam satu kali beli, 4 lembar misalnya, agar murah ongkos kirimnya”.⁴⁸

Banyak juga mahasiswi ketika membeli *fashion* keagamaan karena kagum dengan iklan yang di tampilkan. Salah satu responden mengungkapkan bahwa rasa keinginan membeli terhadap *fashion* keagamaan merupakan hal yang sangat wajar, apalagi *fashion* tersebut ditampilkan di iklan bersama artis terkenal, seperti Laudya Cynthia Bella dan Zaskia Meccz, maka daya tarik yang diberikan

⁴⁶RM, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022. (Gambar 3.3 bisa dilihat dibagian belakang)

⁴⁷LT, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 15 Juni 2022.

⁴⁸WR, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

semakin kuat, namun semua hal tersebut juga harus dibarengi dengan pikiran yang rasional agar tidak sembarang dalam membeli sebuah produk *fashion* keagamaan.⁴⁹

C. Penyebab Munculnya Perilaku Konsumtif Mahasiswi UIN Antasari

Banjarmasin.

1. Trend Fashion di Kalangan Mahasiswi

Mahasiswi tidak lepas dari yang namanya *trend*, perkembangannya tahun demi tahun, bulan demi bulan, hari demi hari terus berkembang, sehingga memberikan hal yang selalu baru. *Fashion-fashion* baru bermunculan mulai dari pakaian yang santai sampai dengan pakaian formal yang sering digunakan mahasiswi untuk kebutuhannya sehari-hari. Mahasiswi merupakan salah satu target utama dalam perkembangan *fashion* sekarang, karena aktivitas mahasiswi yang cukup banyak yang mana hal tersebut mengharuskan mereka untuk membeli *fashion* terbaru. Selain itu, mahasiswi juga sangat mudah terpengaruh dengan perkembangan *fashion* saat ini.

Perkembangan *trend fashion* keagamaan tidak ada hentinya, mulai dari warna baru yang bermunculan ataupun bentuk *fashion* keagamaan yang menarik. Seperti yang diungkapkan salah seorang responden.

Fashion keagamaan saat ini sangat bermacam-macam, seperti kerudung segi empat, syar'i, pashmina, bella square, bergo dan lain-lain. warnanya juga sangat bervariasi saat ini seperti merah maron, hijau botol,

⁴⁹PNA, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022. (Gambar 3.3 bisa di lihat pada bagian belakang)

dan sebagainya. Menurut saya dengan perkembangan fashion yang luar biasa ini membuat saya ingin selalu mencoba fashion-fashion baru.⁵⁰

Salah seorang responden mengungkapkan ketertarikannya terhadap tren *fashion* keagamaan terbaru.

sering berbelanja apabila ada *trend fashion* baru di *whattapps* atau *instagram* seperti diracuni dan membuat saya pasti membelinya, karena *fashion* yang baru keluar bentuknya bagus untuk kuliah, terlihat tidak mencolok dan cocok ketika saya gunakan untuk melangkapi aktivitas saya sehari-hari.⁵¹

Media sosial menjadi tempat pemasaran online yang menampilkan berbagai *fashion* dengan jenis yang baru. Media sosial menjadi salah satu alat pendukung dari tren *fashion* keagamaan yang sedang berkembang. Setiap mahasiswi pasti mempunyai media sosial, sehingga pemasaran *fashion* keagamaan akan sangat cepat menyebar. Media sosial menjadi racun baru bagi mahasiswi agar terus membeli dan membeli sebuah produk *fashion*. Selain itu, media sosial juga memberikan berbagai promosi-promosi menarik, sehingga setiap orang yang melihatnya akan tertarik untuk membeli *fashion* baru.

Seperti yang disampaikan salah seorang responden:

Perkembangan *fashion* sangat berpengaruh, karena perempuan mudah tertarik dan tergoda dengan hal-hal yang baru terkait *fashion* keagamaan. Apalagi setiap hari yang kita gunakan adalah *handphone* dan setiap hari kita menggunakan media sosial, secara tidak langsung kita melihat iklan yang menampilkan barang-barang baru dan itu sangat sulit untuk menghindarinya, sehingga kita terhipnotis untuk membeli dan menggunakan barang-barang yang baru tanpa pikir panjang. Apalagi tinggal di Banjarmasin, yang mana orang di sini menggunakan *fashion* bermacam-macam, sehingga ingin membeli juga agar sama dengan apa yang digunakan orang lain.⁵²

⁵⁰NU, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 15 Juni 2022.

⁵¹NJ, Mahasiswi Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

⁵²ES, Mahasiswi Fakultas Syariah, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 9 Juni 2022.

Trend fashion keagamaan seperti racun yang menyerang mahasiswi agar membeli barang-barang baru. Apalagi *trend fashion* keagamaan ditampilkan di media sosial, sehingga setiap hari mahasiswi melihat barang-barang tersebut dan muncul keinginan untuk membeli. Menurut responden dalam penelitian ini apabila ada *trend fashion* baru, ia langsung membelinya. Ia juga menjelaskan ketika ada *trend fashion* baru terasa tidak lengkap dan ketinggalan *trend* apabila tidak membelinya.⁵³

Mahasiswi sangat gelap mata terhadap *fashion-fashion* yang baru. Keberadaannya menjadi magnet agar sifat konsumtif terus melekat. Ada responden yang menyampaikan bahwa tren sangat menentukannya dalam membeli sebuah *fashion* keagamaan. Menurutnya semakin bergantinya zaman, semakin banyak *fashion* yang hadir sehingga keinginan dalam membeli semakin muncul.⁵⁴

Trend fashion memberikan dampak yang cukup besar bagi perilaku konsumtif mahasiswi. *Trend fashion* memberikan suatu yang baru, sehingga menarik minat mahasiswi untuk membelinya. Peneliti juga menemukan data bahwa ada responden yang menyampaikan bahwa menurutnya tren *fashion* tidak masalah. Ia juga menjelaskan bahwa dirinya tidak terpengaruh dengan

⁵³FCD, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁵⁴RLA, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 9 Juni 2022.

perkembangan *fashion*, karena menurutnya *fashion* saat ini tidak cocok untuk dirinya.⁵⁵

2. Kemudahan Berbelanja

Selain perkembangan *trend fashion*, kemudahan dalam berbelanja juga menjadi salah satu faktor bagi mahasiswi dalam bersifat konsumtif. Perkembangan teknologi dalam berbelanja tidak dapat diragukan lagi, sehingga saat ini proses jual beli sangat mudah. Seseorang yang ingin membeli barang atau semacamnya cukup berdiam diri di rumah saja dan barang kita akan diantarkan sampai rumah. Ketika berbelanja secara online kita bisa langsung mengunjungi banyak toko dalam waktu yang singkat, sehingga bisa dengan mudah memilih barang dengan harga yang paling murah.

Salah seorang responden menuturkan bahwa dirinya sangat senang berbelanja online. Menurutnya belanja secara online memiliki beberapa kelebihan yaitu murah, mudah dan banyak promonya seperti *voucher* gratis ongkos kirim *xtra*, potongan harga serta promo lainnya.⁵⁶ Kemudahan yang ditawarkan belanja online menjadikan mahasiswi suka berbelanja, seolah-olah *Mall* ada digenggaman mereka. Kebiasaan belanja online memicu budaya konsumtif pada mahasiswi, karena belanja online memiliki segudang kelebihan. Salah seorang responden menyampaikan:

Semenjak musim pandemi suka berbelanja online dan sampai sekarang, walaupun pandemi sudah berakhir sudah bisa jalan-jalan ke pasar untuk membeli sesuatu, kebiasaan belanja online tetap terus berjalan,

⁵⁵EW, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 6 Juni 2022.

⁵⁶RW, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 2 Juni 2022.

karena lebih murah dari pada di pasar. Pernah saya ke pasar baru-baru aja untuk cek harga jilbab, ternyata harganya lebih mahal daripada online. Seperti beli kerudung paris di pasar harganya 25.000, tapi kalo di online, biasanya di *shoppe* ada yang harganya 10.000. Kemudahan untuk memilih juga sehingga saya lebih senang belanja online, saya bisa belanja kapanpun dan dimana pun. Biasanya saja belanja di waktu santai, bisa sore atau malam, karena ada diskonnya di *shopee* seperti *Late Night Sale*, *Midnight Sale*, *12.12*, *flash sale* dll. hampir tidak pernah lagi belanja offline, semuanya beli secara online, dari kerudung, tas, baju dan lain-lain.⁵⁷

Secara bertahap perubahan cara hidup seseorang akan berubah, termasuk dengan adanya kehadiran pandemi yang terjadi di dunia saat ini. Pandemi mengubah gaya berbelanja seseorang, dan dengan adanya pandemi pasar online semakin diminati masyarakat. Perilaku berbelanja online semenjak pandemi mulai hadir di indonesia yang membuat proses dalam berbelanja semakin mudah. Kemudahan yang ditawarkan membuat belanja online banyak yang menyukai, sehingga menciptakan perilaku yang senang berbelanja.

Kelebihan dari belanja online menjadikan mahasiswi kecanduan untuk belanja online. Selain itu, harga yang ditawarkan juga sangat jauh berbeda. Responden di atas menyebutkan perbedaan harganya bisa sampai 50% lebih murah daripada belanja offline. Salah seorang responden juga menjelaskan bahwa ketika belanja online bisa memilih dari berbagai toko dan bisa melihat berbagai pilihan *fashion* keagamaan, karena bisa melihat melalui katalog yang diinginkan. Selain itu, menurut responden belanja di *shopee* menawarkan hal lainnya juga,

⁵⁷FCD, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022. (Gambar 3.1 bisa dilihat dibagian lampiran)

seperti gratis ongkos kirim, diantar sampai rumah, dan banyak promo menarik lainnya.⁵⁸

Banyaknya kemudahan yang ada dibalik belanja online menciptakan perilaku yang semakin konsumtif dalam membeli *fashion* keagamaan. Di sisi lain, perilaku konsumtif karena kemudahan berbelanja membuat keinginan yang beruntun, sehingga mahasiswi melupakan kebutuhan primer dan terjebak ke dalam pilihan beruntun tanpa akhir.

Mahasiswi ada juga yang lebih senang berbelanja secara offline, karena belanja online juga memiliki kekurangan. Hal ini diungkapkan salah seorang responden yang mengatakan bahwa dirinya lebih suka berbelanja secara offline, karena bisa langsung melihat kualitas dari barangnya.⁵⁹ Selain itu, ada juga responden yang mengatakan bahwa dirinya berbelanja secara online itu hanya untuk kerudung saja. Ia menjelaskan bahwa ketika membeli kerudung secara online itu lebih mudah tanpa harus melihat ukuran dari kerudungnya. Menurutnya membeli gamis secara lebih online lebih susah, karena ukuran yang datang belum tentu sesuai dengan ukuran yang diinginkan.⁶⁰

3. Kemampuan Finansial

Selain beberapa faktor di atas, kemampuan finansial menjadi pendukung perilaku konsumtif yang di kalangan mahasiswi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Perilaku konsumtif lebih berkembang apabila didukung oleh

⁵⁸JA, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

⁵⁹GW, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

⁶⁰PNA, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

kemampuan finansial yang cukup. Kemampuan finansial menjadi hal yang cukup menentukan seseorang dalam berperilaku konsumtif. Seperti yang diungkapkan salah seorang responden:

Memang biasanya kalo hal-hal yang tidak kita inginkan bisa aja dibelikan orang tua. Tapi apabila ada hal yang kita inginkan, baru kita beli sendiri, dan uangnya biasa dari hasil saya sendiri. Misalnya ada undangan untuk bekerja, mungkin dari situ saya berani untuk beli sesuatu.⁶¹

Sebagai seorang mahasiswi belajar adalah hal yang utama, tapi tidak sedikit dari mahasiswi memilih bekerja atau mencari pemasukan lain untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut membuat mahasiswi memiliki uang lebih untuk membeli hal-hal yang di luar dari kebutuhannya sebagai mahasiswi. Hal ini menjadikan minat berbelanja mahasiswi meningkat. Meningkatnya minat belanja mahasiswi di bidang *fashion* keagamaan menjadikan perilaku konsumtifnya juga meningkat.

Selain itu, ada juga responden juga menjelaskan bahwa ia kuliah sambil bekerja untuk menambah pemasukannya. Adanya pemasukan tambahan membuat dirinya bisa menyisihkan keuangannya untuk keperluan *fashion* keagamaan.⁶² Pemasukan tambahan memberikan mahasiswi faktor lebih dalam membeli *fashion* keagamaan. Secara tidak sadar perilaku tersebut menumbuhkan sifat konsumtif apabila tidak iringi dengan keputusan rasional dalam membeli *fashion* keagamaan.

Mahasiswi ketika membeli *fashion* keagamaan tidak mempertimbangkan antara keinginan atau kebutuhan. Apalagi ketika mahasiswi memiliki keuangan yang lebih, maka ia akan bersikap konsumtif terkait *fashion* keagamaan. Hal ini

⁶¹WR, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁶²NA, Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 4 Juni 2022.

diungkapkan salah seorang responden bahwa ketika dirinya memiliki uang lebih, biasanya dirinya bingung untuk belanja apa. Menurutnya hal yang paling cocok dibelinya saat ini adalah pakaian.⁶³

Selain informasi di atas, peneliti juga menemukan informasi lain terkait pembelian *fashion* keagamaan, salah seorang responden menyampaikan:

Untuk pembelian kerudung atau gamis biasanya dibelikan umi atau barengan dengan umi, karena kata umi kalau syifa punya uang jangan dibelikan sesuatu yang umi masih sanggup membelikan, jadi uangnya disimpan aja untuk keperluan lain.⁶⁴

Memiliki orang tua dengan penghasilan menengah ke atas merupakan salah satu faktor pendorong seorang mahasiswa bersifat konsumtif, apabila hal ini tidak dibarengi dengan keputusan rasional dalam membeli *fashion* keagamaan. Orang tua cenderung membelikan apa yang anaknya mau, sehingga hal tersebut membuat sifat konsumtif dari mahasiswa akan terus tumbuh. Perilaku konsumtif seringkali berasal dari orang-orang yang mempunyai kemampuan finansial yang lebih.

Di bawah ini peneliti akan menampilkan perilaku berbelanja mahasiswa pada produk *fashion* keagamaan yang dituangkan dalam bentuk tabel:

Tabel 3.2 PERILAKU BERBELANJA MAHASISWI PADA PRODUK
FASHION KEAGAMAAN.

No	Responden/ Fakultas	Tipe <i>Fashion</i> Keagamaan	Metode Berbelanja	Jumlah <i>Fashion</i> dan Harga	Alasan Berbelanja
----	------------------------	-------------------------------------	----------------------	---------------------------------------	----------------------

⁶³FCD, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 3 Juni 2022.

⁶⁴PNA, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Wawancara Pribadi, UIN Antasari, 7 Juni 2022.

1	NJ/FUH	Modern	Online	-Kerudung 40 lembar -Gamis 25 lembar harga 20 ribu sampai 400 ribu	<i>Trend fashion</i> , warna barang, bentuk dan iklan.
2	FM/FUH	Modern	Offline	-Kerudung 75 lembar -Gamis 35 lembar -Harga 25 ribu sampai 400 ribu.	Warna, motif, melihat teman menggunakan nya dan iklan.
3	RW/FEBI	Modern	Online	-Kerudung 50 lembar - Gamis 30 lembar -Harga 20 ribu sampai 350 ribu	Warna, tertarik karena melihat teman dan iklan.
4	FHD/FEBI	Modern	Online	-Kerudung 40 lembar -Gamis 25 lembar -Harga 20 ribu sampai 400 ribu	<i>Trend fashion</i> , warna, bentuk, tertarik karena teman dan iklan.
5	WR/FDIK	<i>Syar'i</i>	Online dan offline	-Kerudung 35 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 35 ribu sampai 400 ribu	Keperluan, iklan, bentuk dan warna.
6	GT/FTK	<i>Syar'i</i>	Online dan offline	-Kerudung 20 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 40 ribu sampai 200 ribu	Warna, iklan dan tertarik karena teman.
7	JA/FEBI	Modern	Online	-Kerudung 25 lembar	Bentuknya

				-Gamis 20 lembar -Harga 20 ribu sampai 300 ribu	yang lucu.
8	SS/FTK	Modern	Offline	-Kerudung 20 lembar -Gamis 20 lembar -Harga 30 ribu sampai 200 ribu	Bahan, keperluan dan tuntutan tugas.
9	NA/FTK	Modern	Offline	-Kerudung 25 lembar -Gamis 20 lembar -Harga 15 ribu sampai 150 ribu	Bentuknya, iklan, warna, harga dan tertarik karena teman.
10	MS/FEBI	Modern	Online	-Kerudung 25 lembar -Gamis 10 lembar -Harga 10 ribu sampai 70 ribu	Keperluan, <i>trend fashion</i> menambah koleksi, dan tertarik karena teman.
11	EW/FUH	Modern	Offline	-Kerudung 20 lembar -Gamis 18 lembar -Harga 25 ribu sampai 250 ribu	Warna, bentuk, dan iklan.
12	MM/FUH	Modern	Online	-Kerudung 30 lembar -Gamis 20 lembar -Harga 25 ribu sampai 650 ribu	Iklan, <i>trend fashion</i> , warna dan tertarik karena teman.
13	FA/FUH	Modern	Offline	-Kerudung 20 lembar -Gamis 15	Warna dan bentuk.

				lembar -Harga 20 ribu sampai 200 ribu	
14	SP/FDIK	Modern	Offline	-Kerudung 100 lembar -Gamis 100 lembar -Harga 25 ribu sampai 400 ribu	Iklan, <i>trend fashion</i> keperluan, dan tuntutan.
15	PNA/FDIK	Modern	Offline	-Kerudung 50 lembar -Gamis 40 lembar -Harga 45 ribu sampai 800 ribu	Iklan, <i>trend fashion</i> dan warna.
16	HS/FDIK	Modern	Offline	-Kerudung 30 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 15 ribu sampai 150 ribu	Warna, dan karena melihat teman.
17	MR/FUH	Modern	Online	-Kerudung 50 lembar -Gamis 50 lembar -Harga 20 ribu sampai 200 ribu	Iklan, <i>trend</i> , dan warna
18	NH/FASYA	Modern	Offline	-Kerudung 30 lembar -Gamis 20 lembar -Harga 20 ribu sampai 300 ribu	Iklan, <i>trend fashion</i> , tertarik melihat teman dan keperluan.
19	PH/FTK	Modern	Offline	-Kerudung 30 lembar -Gamis 10 lembar -Harga 15 ribu	Warna, <i>trend fashion</i> dan bentuk.

				sampai 350 ribu	
20	AP/FASYA	Modern	Offline	-Kerudung 30 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 15 ribu sampai 400 ribu	Iklan, motif dan bentuk.
21	MJ/FASYA	Modern	Online dan offline	-Kerudung 20 lembar -Gamis 10 lembar -Harga 20 ribu sampai 300 ribu	Tergantung keperluan
22	RLA/FTK	Modern	Online	-Kerudung 50 lembar -Gamis 30 lembar -Harga 10 ribu sampai 300 ribu	Bentuk dan warna
23	IS/FDIK	Modern	Online	-Kerudung 30 lembar -Gamis 20 lembar -Harga 15 ribu sampai 200 ribu	Bentuk, iklan dan <i>trend fashion.</i>
24	EPS/FDIK	Modern	Offline	-Kerudung 40 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 15 ribu sampai 250 ribu	Warna, <i>trend fashion</i> dan tiba-tiba beli.
25	ES/FASYA	Modern	Online dan offline	-Kerudung 35 lembar -Gamis 20 lembar -Harga 20 ribu sampai 400 ribu	<i>Trend</i> , iklan dan tertarik melihat teman.
26	RA/FASYA	Modern	Online	-Kerudung 15 lembar	Iklan, bentuk

				-Gamis 10 lembar -Harga 20 ribu sampai 300 ribu	dan tertarik melihat teman.
27	NH/FEBI	Modern	Offline	-Kerudung 30 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 10 ribu sampai 250 ribu	Warna dan <i>trend fashion</i>
28	YN/FEBI	Modern	Offline	-Kerudung 30 lembar -Gamis 15 lembar -Harga 10 ribu sampai 250 ribu	Iklan dan warna.
29	LT/FASYA	Modern	Online	-Kerudung 50 lembar -Gamis 10 lembar -Harga 10 ribu sampai 300 ribu	Warna, <i>trend fashion</i> , iklan dan tertarik karena teman.
30	NU/FTK	Modern	Online	-Kerudung 50 lembar -Gamis 30 lembar -Harga 10 ribu sampai 400 ribu	Warna, <i>trend fashion</i> . iklan, bentuk dan tertarik karena teman.