

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang di dunia selalu terlibat dalam kegiatan ekonomi, terutama kegiatan konsumsi. Kebiasaan konsumsi tidak lepas dari kehidupan sehari-hari. Setiap orang memiliki kebutuhan dan keinginannya masing-masing, kebutuhan seperti sandang, pangan, dan papan dianggap sebagai kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan akan pakaian dan kebutuhan akan perlindungan dari panas dan dingin dipenuhi dengan mengenakan pakaian.

Islam mengajarkan agar manusia hidup dengan benar sebagaimana ditetapkan oleh Allah SWT. Bahkan berupaya untuk hidup dengan benar inilah membuat hidup menjadi mulia. Sejauh mana seseorang berpegang pada kebenaran menentukan perbedaan antara kehidupan yang baik dan kehidupan yang buruk tidak tergantung pada indikator lainnya. Ekonomi konvensional mengasumsikan bahwa kepuasan adalah tujuan akhir dari konsumsi. Sedangkan dalam Islam, konsumsi tidak hanya ditujukan untuk mencari kepuasan fisik, namun juga melihat *mashlahah* yang menjadi aspek tujuan syariat Islam.

Industri *fashion* yang saat ini sangat maju, situasi ini terus berkembang seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat akan *fashion* yang mengarah pada kesempurnaan gaya hidup berpakaian. Oleh karena itu, kebutuhan pakaian saat ini tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga untuk menampilkan gaya hidup dan identitas pemakainya (Mardiyanah & Cipto, 2022, h.25-26).

Trend merupakan sesuatu yang sedang digandrungi masyarakat, dan pakaian menjadi *trend* yang terus menerus mengalami perubahan dari warna, model dan motif yang bermunculan baik muncul dengan gaya baru atau memunculkan gaya lama yang dijadikan *trend* kembali oleh sekelompok masyarakat tidak terkecuali para remaja muslimah. Sehingga setiap perkembangan pakaian membuat penggunanya tidak ingin ketinggalan zaman serta dengan adanya berbagai *design* membuat pola belanja konsumen menjadi berubah.

Islam itu sempurna dalam segala aspek. Islam memerintahkan wanita untuk menutup auratnya demi kemaslahatan (Nisa & Rudianto, 2017, h.106). Memakai pakaian syar’i merupakan perintah Allah dan Rasul-Nya, sebagai bentuk ketauhidan, untuk beribadah, dan menjadi kewajiban setiap muslimah (Mahanani, 2019). Sebagaimana firman Allah dalam surah Al- Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ
ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾ (الاحزاب/33:

(59)

“Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Standar pakaian adalah ketakwaan, yaitu pelaksanaan aturan agama. Mengenakan pakaian muslim dan muslimah adalah kewajiban moral seseorang yang memiliki harga diri, martabat dan kehormatan (Fauzi, 2016, h.43). Kemajuan teknologi, industri, dan hiburan menjadi faktor utama dalam menyebarluaskan *trend fashion* kepada masyarakat (Poetri, Ranteallo & Zuryani,

2014, h.4). Maraknya *trend fashion* saat ini cukup mengejutkan hingga membuat perempuan muslimah bukan lagi mengikuti syariat Islam, mereka hanya ingin mengikuti *trend*.

Pada akhirnya, Remaja sebagai konsumen menjadi salah satu objek empuk bagi industri *fashion*. Banyak muslimah yang justru menjadi korban mode, terutama anak remaja. Ada yang terkesan memaksakan diri untuk mengikuti *trend*. *Trend* perkembangan akan selalu datang silih berganti, suka tidak suka, mau mengikuti atau tidak, yang penting tetap bergaya sesuai dengan isi pendapatan kita agar tidak memaksakan diri dengan membuang-buang uang, waktu dan pikiran (Agustina, 2015, h.4).

Konsumsi Muslim harus mencerminkan hubungan mereka dengan Tuhan. Inilah perbedaan antara konsep konsumsi Islam dengan konsep ekonomi lainnya. Islam mengajarkan manusia untuk berkonsumsi dengan menjauhi produk haram, tidak pelit dan juga tidak rakus. Fenomena yang terjadi saat ini sangat bertolak belakang dengan cara konsumsi yang seharusnya dilakukan oleh seorang muslim.

Dengan informasi tentang gaya hidup dan *trend* yang begitu mudah didapat, konsumen muda mulai menginterpretasikan kebutuhan untuk mengikuti *trend* di media massa karena menyangkut penerimaan mereka di lingkungan tempat mereka bergaul. Segala sesuatu yang telah diciptakan di bumi ini adalah untuk kepentingan manusia. Namun, ada aturan yang harus diikuti dalam mengkonsumsi barang dan jasa, yaitu halal dan baik secara wajar dan tidak berlebihan.

Batasan konsumsi dalam Syariah adalah larangan israf yaitu pemborosan atau berlebihan. Sekalipun komoditas yang dikonsumsi halal, perilaku berlebihan

tetap dilarang. Akan tetapi, Islam tetap memperbolehkan seorang muslim untuk menikmati anugerah kehidupan selama masih dalam batas yang wajar (Aprilana, 2019, h.14). Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-A'raf ayat 31:

﴿يَبْنَىٰٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱﴾ (الاعراف/7: 31)

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Arti penting yang dapat kita petik dari ayat di atas adalah bahwa untuk dapat bertahan hidup dengan baik, kebutuhan hidup harus dipenuhi secara wajar. Jika memenuhi kebutuhan hidup secara berlebihan, pasti akan berdampak negatif pada manusia itu sendiri. Konsekuensi negatif dari pemborosan antara lain ketidakefisienan, keegoisan, dan menyerah pada nafsu, sehingga uang hanya dihabiskan untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri sendiri (Apriliana, 2019, h.15).

Tabel 1.1 Data Penjualan Pakaian Syar'i Tahun 2022

No.	Jenis Pakaian	September	Oktober	November	Total
1.	Abaya Arab	19	15	33	67
2.	Abaya Turki	22	32	27	81
3.	Gamis No Brand	17	37	24	78
4.	Gamis Syar'i Aisyah	3	11	13	27

5.	Kerudung Plisket	14	12	18	44
6.	Kerudung Aisyah	5	0	14	19
7.	Kerudung Azura	8	13	18	39
	Total	88	120	147	355

Sumber: Toko Aulia yang berlokasi di Desa Sungai Seluang Pasar

Dari data diatas menunjukkan bahwa penjualan pakaian syar'i di Toko Aulia mengalami kenaikan setiap bulannya. Menurut salah seorang konsumen hal ini dikarenakan muslimah yang membeli pakaian syar'i di Toko Aulia selalu mengikuti perkembangan *fashion* dan membeli setiap pakaian syar'i yang sedang menjadi *trend*.

Berdasarkan permasalahan atau fenomena yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam karya tulis ilmiah dengan bentuk skripsi yang berjudul **“Perilaku Konsumsi Pakaian Syar'i di Kalangan Remaja Muslimah dalam Menghadapi *Trend Fashion* di Desa Sungai Seluang Pasar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana perilaku konsumsi pakaian syar'i remaja muslimah dalam menghadapi *trend fashion* di Desa Sungai Seluang Pasar?

2. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi pakaian syar'i remaja muslimah di Desa Sungai Seluang Pasar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui perilaku konsumsi pakaian syar'i di kalangan remaja muslimah dalam menghadapi *trend fashion*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi pakaian syar'i remaja muslimah di Desa Sungai Seluang Pasar.

D. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menerapkan dan membuktikan teori konsumsi Islam dalam membahas masalah perilaku konsumsi pakaian syar'i di kalangan remaja muslimah.
2. Memberikan informasi dan pemikiran tentang perilaku konsumsi pakaian syar'i remaja muslimah sehingga dapat menjadi acuan untuk mengembangkan konsep perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam, dan diharapkan dapat menjadi referensi penelitian berikutnya dengan masalah yang berbeda.

Secara praktis kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi remaja muslimah khususnya remaja muslimah di Desa Sungai Seluang Pasar diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pemahaman serta rujukan tentang batasan-batasan konsumsi barang

yaitu perilaku konsumsi dalam hal ini mengonsumsi pakaian syar'i yang sesuai dengan konsumsi dalam Islam.

2. Bagi penulis dan akademisi Ekonomi Syariah pada umumnya diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat, untuk memahami sehubungan dengan perilaku konsumsi pakaian syar'i dalam menghadapi *trend fashion*.

E. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pemahaman dan perhatian atau fokus dalam penelitian ini, penulis menjelaskan agar tidak ada kesalahpahaman dalam penelitian ini, sebagai berikut.

1. Perilaku Konsumsi

Secara khusus, konsumsi seringkali dilihat sebagai pola makan dan minum saja. Namun, jika kita melihat konsumsi dalam arti luas, kita melihat bahwa konsumsi adalah konsep aktivitas apa pun di mana kita menggunakan produk atau layanan tertentu untuk mendapatkan manfaat.

Perilaku konsumsi merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang maupun jasa (Mardiyah & Cipto, 2022, h.26). Yang dimaksud perilaku konsumsi oleh penulis pada penelitian ini adalah perilaku membeli atau mengonsumsi pakaian syar'i yang berdasarkan pada keinginan (*want*) atau kesenangan (*happiness*) dalam berbelanja suatu produk pakaian syar'i untuk mencapai kepuasan (*utility*) yang maksimal.

2. Pakaian Syar'i

Secara terminologi, pakaian adalah unsur yang digunakan seperti baju, celana, serta barang-barang aksesoris. Syar'i adalah istilah bahasa Arab yang berarti sesuai aturan (Syariat) atau hukum agama yang menetapkan aturan hidup manusia, termasuk hubungan manusia dengan Allah SWT. hubungan manusia dengan manusia, serta hubungan antara manusia dengan lingkungan alam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits (Afifah, 2018, h.54). Pakaian syar'i yang dimaksud dalam penelitian ini difokuskan pada kerudung dan gamis.

3. Remaja Muslimah

Remaja tidak tergolong anak-anak, tetapi remaja juga tidak termasuk golongan orang dewasa. Remaja atau anak muda ada di antara masa kanak-kanak dan orang dewasa. F.J. Monks berpendapat bahwa secara global masa remaja berlangsung antara 12-21 tahun, dengan pembagian 12- 15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Lestari, 2019, h. 87).

Muslimah adalah seorang perempuan yang beragama Islam, meskipun mungkin ia tidak menutup aurat sesuai syariat Islam. Pada penelitian ini penulis akan menjadikan remaja berusia 14-21 tahun yang berdomisili di desa Sungai Seluang Pasar yang berpenampilan modis sebagai informan.

4. *Trend Fashion*

Trend fashion adalah sesuatu yang berkembang di masyarakat dalam hal gaya berpakaian. Selain di dunia *fashion*, kata "tren" juga sering terdengar dalam kehidupan sehari-hari (Sidang, 2016, h.19). Dalam penelitian ini penulis mencoba mendeskripsikan informasi mengenai *trend fashion* seperti apa yang diikuti oleh remaja muslimah di desa Sungai Seluang Pasar.

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang diteliti untuk memperkuat penelitian dan dengan demikian menghindari unsur plagiarisme dalam penelitian yang sudah ada. Dalam hal ini terdapat beberapa referensi dari penelitian terdahulu dan masih relevan dengan penelitian perilaku konsumsi.

1. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rina Hidayati pada tahun 2018 berjudul “Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Pembelian Sepeda Motor Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Kori Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo)”. Terdapat kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas perilaku konsumsi dan menggunakan pendekatan kualitatif. Bedanya, penelitian ini membahas perilaku konsumen masyarakat dalam melakukan pembelian sepeda motor dari perspektif ekonomi Islam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis akan berfokus pada perilaku konsumsi remaja muslimah dalam menghadapi *trend fashion* di Desa Sungai Seluang Pasar.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Riza Haslina pada tahun 2018 berjudul “Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Makartitama Kecamatan Gedung Aji Baru Kabupaten Tulang Bawang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama membahas perilaku konsumsi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah

terdapat pada lokasi serta objek penelitian dan penelitian ini hanya berfokus atau lebih ditujukan kepada perilaku konsumsi masyarakat yang dianalisa dari perspektif ekonomi Islam, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan akan berfokus pada perilaku konsumsi remaja muslimah di Desa Sungai Seluang Pasar dengan mengetahui faktor-faktor perilaku konsumsi yang memengaruhinya sehingga hasil penelitian akan berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maryam pada tahun 2020 berjudul “Pengaruh Perubahan *Trend* Jilbab dan Ketertarikan *Fashion* Berjilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan pendekatan kualitatif yang sudah pasti hasil penelitian akan berbeda. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama membahas perilaku konsumsi akan tetapi penelitian ini berfokus hanya pada perubahan *trend* jilbab dan ketertarikan *fashion* berjilbab terhadap perilaku konsumtif sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah membahas tentang *trend fashion* yang sedang muncul yang diikuti oleh para remaja muslimah di Desa Sungai Seluang Pasar dengan mengamati bagaimana perilaku konsumsi remaja muslimah tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dipaparkan latar belakang yang menjelaskan permasalahan, topik, fenomena sebagai penilaian awal terhadap perilaku konsumsi remaja muslimah dalam menghadapi *trend fashion* yang pada gilirannya membangkitkan minat penulis untuk mengangkat topik ini dan dilakukan penelitian. Kemudian rumusan masalah berisi tiga pertanyaan yang berkaitan dengan masalah utama yang akan diteliti untuk selanjutnya menemukan jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian. Bab ini juga memaparkan (signifikansi penelitian) yaitu membahas tentang manfaat yang diharapkan pihak-pihak terkait sebagai akibat dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini. Bab ini juga memuat definisi operasional yang menjelaskan secara singkat istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, bab ini juga menyampaikan kajian pustaka atau penelitian terdahulu agar dapat menjadi rujukan dan menghindari plagiasi. Dan terakhir adalah sistematika penulisan yang menjelaskan secara keseluruhan bagaimana tahapan serta susunan penulisan skripsi.

BAB II PEMBAHASAN

Bab ini memberikan informasi tentang beberapa teori terkait dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang perilaku konsumsi pakaian syar'i di kalangan remaja muslimah dalam menghadapi trend fashion. Pada bagian ini dijelaskan apa itu perilaku konsumsi, pakaian syar'i, faktor-faktor yang

memengaruhinya, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam, remaja muslimah dan *trend fashion*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan informasi deskriptif mengenai metode penelitian yang menjadi pedoman untuk mempermudah proses penelitian agar lebih terarah. Bagian ini memuat informasi mengenai jenis pendekatan dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian. Kemudian juga disampaikan bagaimana teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisisnya yang harus dilakukan oleh peneliti dan terakhir disampaikan pula bagaimana tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini mengumpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan hasil analisis data penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini disajikan kesimpulan dan saran-saran yang membangun untuk penelitian selanjutnya dari semua pembahasan yang dikaji serta kata penutup sebagai akhir kata dan daftar pustaka sebagai tanggung jawab yang menjadi rujukan penelitian.