

Analisis Perilaku Konsumsi Kpop Fans Ditinjau dari Teori Konsumsi Al-Ghazali

Desta Dwi Muniarti^{*}, Nandang Ihwanudin, Neng Dewi Himayasari

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*destamuniarti@gmail.com, nandangihwanudin.ekis@gmail.com, amahimaya24@gmail.com

Abstract. Along with the development of the times, not a few people think that tertiary needs can be said to be needs that must be met, even though Islam teaches to prioritize dharuriyat over hajiyat in order to maintain maqashid sharia. This phenomenon occurs in female students who want something because of their liking for things related to the kpop wave. Indicates israf behavior that occurs in sharia faculty students who are not in accordance with Imam Al-Ghazali's consumption theory. The purpose of this study is to determine the behavior of sharia faculty students towards the consumption of merchandise and to determine the analysis of the behavior of kpop fans in terms of Al Ghazali's consumption theory. The method used is qualitative with a descriptive analysis approach and data collection using the field (field research), the data sources used are primary data and secondary data. The data collection technique is by interview and documentation. And data analysis techniques in the form of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study state that the consumption behavior of kpop fans of students of the Islamic faculty of Unisba based on Al-Ghazali's consumption theory is inappropriate and deviant. seen from the consumption activities of Unisba Sharia Faculty students who only care about the desire to obtain satisfaction and in spending their wealth very excessively or israf without seeing the benefits of goods that are only for display because of a hobby.

Keywords: *Imam Al-Ghazali, Deviations in Consumption Behavior, Kpop Wave.*

Abstrak. Dengan perkembangan zaman, banyak orang beranggapan bahwa dapat dikatakan kebutuhan tersier harus dipenuhi, meskipun Islam mengajarkan untuk mengutamakan dharuriyat daripada hajiyat guna menjaga maqashid syariah. Fenomena ini terjadi pada mahasiswi yang menginginkan sesuatu karena menyukai hal-hal yang berhubungan dengan kpop wave. Hal ini menunjukkan perilaku israf yang terjadi pada mahasiswa fakultas syariah yang tidak sesuai dengan teori konsumsi Imam Al-Ghazali. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku mahasiswa fakultas syariah terhadap konsumsi barang merchandise dan untuk mengetahui analisis perilaku kpop fans ditinjau dari teori konsumsi Al Ghazali. Metode kualitatif yang digunakan dengan pendekatan deskriptif analisis dan pengumpulan data menggunakan lapangan (field reseacrh), sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara wawancara dan dokumentasi. Dan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi kpop fans mahasiswa fakultas syariah unisba berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali tidak sesuai dan menyimpang. dilihat dari aktivitas konsumsi mahasiswa Fakultas Syariah Unisba yang hanya mementingkan keinginan untuk memperoleh kepuasan dan dalam membelanjakan hartanya sangat berlebihan atau israf tanpa melihat manfaat barang yang hanya untuk dijadikan pajangan karena suatu hobi.

Kata Kunci: *Imam Al-Ghazali, Penyimpangan Perilaku Konsumsi, Kpop Wave.*

A. Pendahuluan

Konsumsi adalah kegiatan yang mengurangi atau menghabiskan manfaat suatu benda (barang atau jasa) untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini untuk mencapai tingkat kepuasan tertinggi dalam arti terpenuhinya berbagai kebutuhan. Saat melakukan kegiatan konsumsi harus sesuai dengan hukum syar'a, sehingga tidak akan ada masalah. Namun ketika manusia menuruti hawa nafsunya dengan cara yang tidak dibenarkan secara agama, hal itu akan menyebabkan kerusakan yang berkepanjangan.

Ada beberapa hal dalam ajaran Islam yang menjadi focus konsumsi. Pertama, konsumsi lebih banyak tentang masalah dari pada utilitas. Tercapainya masalah merupakan tujuan dari (Maqashid Syariah). Kedua, dalam Islam, konsumsi barang atau jasa secara berlebihan (israf) dilarang. Ketiga, Islam menekankan bahwa konsumsi dapat dilakukan selama memperhatikan pihak lain yang tidak mampu. Sehingga ditekankan pada aspek Zakat, infaq, dan shadaqah. Firman Allah SWT dalam QS. al-Baqarah ayat 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila menafkahkan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (juga) kikir, di antara keduanya secara wajar”

Ayat diatas menjelaskan bahwa Islam secara tegas melarang penggunaan harta yang boros dan berlebihan. Islam menganjurkan umatnya untuk berhemat dan selalu menggunakan hartanya untuk hal-hal yang bermanfaat. Menurut prinsip konsumsi dalam Islam, masalah dan kepuasan harus diperoleh jika sesuatu yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan maka akan mendapat kepuasan, dan sebaliknya jika konsumsi hanya ingin memuaskan keinginan maka hanya akan mendapatkan manfaat.

Menurut Al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan seseorang untuk mendapatkan apa yang diperlukan untuk memperoleh apa yang dibutuhkan untuk kelangsungan hidup dan menjalankan fungsinya. Kebutuhan manusia pada dasarnya berbeda. Faktor yang membuat perbedaan; masalah pribadi seperti 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. Berdasarkan intensitasnya, kebutuhan dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu kebutuhan dasar (*daruriyyat*), kebutuhan sekunder (*hajiyyat*), kebutuhan tersier (*tahsaniyat*).

Adanya produk kekinian dengan penawaran menarik melalui berbagai media menjadi bahan perhatian konsumen yang tujuannya untuk meyakinkan konsumen agar membeli produk tersebut. Seiring berkembangnya zaman, banyak yang percaya bahwa kebutuhan tersier bisa disebut kebutuhan yang harus dipenuhi. Terkadang orang bisa memprioritaskan kebutuhan tersier diatas kebutuhan primer (dasar) demi memuaskan keinginan mereka. Hal ini meniru adanya perilaku konsumtif

Saat ini perilaku konsumsi dianggap hal yang wajar, tetapi dapat menyebabkan beberapa konsekuensi yang cukup serius. Konsumtif yang dimaksud di sini adalah perilaku yang lebih mengutamakan kebutuhan tersier yang dengan suatu keharusan untuk dipenuhi bahkan juga dapat mengabaikan atau menyampingkan seseorang menjadi korban kejahatan

Sikap individu terhadap pembelian suatu terkadang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan didorong karena adanya factor keinginan yang kurang berguna dengan berbagai alasan lainnya yang dianggap kurang penting.

Beberapa mahasiswa fakultas syariah Unisba menyukai K-pop awal mulanya kenal melalui situs jejaring media sosial seperti Instagram, line dan Twitter.

Hal ini terjadi pada kebanyakan mahasiswi yang menginginkan sesuatu karena mereka menyukai sesuatu yang berhubungan dengan K-pop. Munculnya k-pop membuat penggemar K-pop menginginkan sesuatu yang berhubungan dengan K-pop. Yaitu Merchandise merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh para penggemar *kpop*. Ada dua macam Merchandise itu sendiri yang pertama *Unofficial merchandise* dan *Official merchandise*. Misalnya, membeli album, aksesoris, fashion, atau produk kecantikan yang berasal dari negara idola atau karena produk tersebut dibintangi oleh idolanya. Sebagai aktor drama atau grup idola, agar tampil

cantik dan menawan penggemar didorong untuk membeli barang yang mirip dengan idola mereka atau membeli karena bintang iklannya adalah idola mereka. Ternyata bukan hanya penggemar K-pop yang membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Harga album merchandise Korea tersebut berkisar Rp. 500.000an, selain membeli album mereka juga membeli (*photocard*) dan *merchandise* yang berkaitan dengan idolanya. Untuk kalangan remaja harga merchandise sangatlah mahal. Hal tersebut sal halnya dengan mubazir barang dan boros. Mereka lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhannya. Mereka tidak memikirkan hal-hal tersebut untuk masa kedepannya. Misalnya, mereka rela menabung atau memotong uang saku untuk kebutuhannya pokok mereka hanya untuk membeli produk yang bisa dibuang terlalu berlebihan. Apalagi zaman sekarang, mungkin sebagian besar anak muda salah satunya adalah mahasiswa terkadang lupa akan buku padahal itu salah satu kebutuhannya pokok. Seorang Muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana analisis perilaku konsumsi kpop fans ditinjau dari teori konsumsi al-Ghazali?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui perilaku mahasiswa fakultas syariah terhadap konsumsi barang merchandise
2. Untuk mengetahui analisis perilaku kpop fans ditinjau dari teori konsumsi al-Ghazali.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti ini menggabungkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis sebagai penelitiannya. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk penelitian lapangan dengan data yang dikumpulkan di lapangan berupa observasi dan wawancara. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas syariah Unisba Angkatan 2017-2020 dan metode pengambilan sample Purposive Sampling yang diambil dipilih berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan field research digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini. Adapun Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang berarti mengidentifikasi fakta atau peristiwa, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi selama penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perilaku Mahasiswa Fakultas Syariah Terhadap Konsumsi Barang Merchandise

Salah satu lapisan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah remaja. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok konsumen remaja. Kegiatan konsumsi mahasiswa di samping untuk keperluan kuliah, kegiatan konsumsi juga dilakukan untuk menunjang penampilan dengan membeli barang, salah satunya adalah membeli merchandise. Perilaku konsumsi mahasiswa dapat dilihat dari seberapa banyak mereka menggunakan pendapatan (uang saku) mereka untuk memenuhi hasrat berbelanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhannya yang benar-benar harus dipenuhi.

Perilaku konsumsi mengacu pada setiap perilaku konsumen yang menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam ekonomi tradisional perilaku konsumsi membentuk perilaku konsumsi yang material, berlebihan, dan boros untuk memenuhi konsumsi. Sedangkan dalam Islam, konsumsi selalu berpedoman pada ajaran Islam dan tercapainya kemaslahatan. Perilaku konsumsi mahasiswa dapat dilihat dari seberapa besar pendapatan (uang saku) yang mereka gunakan untuk memenuhi hasrat keinginan membelanjanya dan seberapa besar yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan yang benar-benar harus dipenuhi.

Korean Pop atau K-Pop merupakan satu bagian dari gelombang Korean wave (*hallyu*) yang merupakan produk budaya populer dari Korea Selatan dan sudah dikenal luas di seluruh dunia. Budaya populer dimaknai sebagai budaya yang banyak disukai, dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang.

K-Pop dengan sukses menghasilkan konstruksi citra, seksualitas, maskulinitas dan feminitas serta moralitas yang baru dalam masyarakat, sehingga masyarakat cenderung dapat

mengetahui dan mengidentifikasi nilai budaya yang dibawa oleh Korean wave tersebut melalui produk-produk yang beredar dan pada akhirnya penggemar K-Pop mencari tahu dan banyak belajar budaya Korea dengan lebih luas lagi. K-Pop memiliki berbagai macam cara untuk dapat mendunia seperti ini

Sebelum menjadi seorang penggemar K-pop, pastinya ada awal mulainya seseorang tertarik terhadap K-pop. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas syariah unisba ketertarikannya terhadap K-pop yaitu penampilan fisik dari idol itu, pengaruh teman, melalui televisi di Indonesia yang menyiarkan drama-drama dan konser artis K-pop. Selain itu juga ada pengaruh internet seperti Youtube, Instagram, V Live, Weverse dan Twitter.

Bentuk-bentuk yang dikonsumsi mahasiswa fakultas syariah Unisba berupa pakaian yang mirip idol yang mereka suka dan mengoleksi merchandise. Merchandise merupakan suatu barang yang dikeluarkan oleh perusahaan maupun grup tertentu dengan tujuan menunjang aktivitas promosi serta meningkatkan brand dari perusahaan tersebut. Sebagian mahasiswa fakultas syariah unisba yang menyukai K-pop gemar mengoleksi merchandise yang dikeluarkan idolnya. Mulai dari *album, photocard, t-shirt, lighstick*, dan merchandise lainnya.

Merchandise K-pop adalah berbagai pernik pernak pernik yang berbaur idol K-Pop, biasanya dirilis secara resmi oleh agensi yang menaungi sang idola, atau dirilis secara tidak resmi oleh berbagai pihak komersial. Ada juga berbagai jenis merchandise k-pop, antara lain stiker, glow stick (*light stick*), gantungan kunci, album, dan lainnya. Dalam penelitian ini informan memberikan jawaban yang berbeda terkait menjadi penggemar K-pop. di antaranya mereka dipengaruhi oleh teman atau keluarga, mengikuti tren, dari sosial media dan rasa penasaran.

Faktor yang mempengaruhi minat beli informan terhadap merchandise adalah konten yang memuat informasi yang beragam dan lengkap, yang membuat mereka lebih tertarik dengan K-pop dan segala detailnya salah satunya merchandise, lamanya waktu pengguna media sosial yang sering membuat mereka lebih terpengaruh promosi dan kemasan menarik dan unik yang dapat memikat penggemar K-pop untuk membeli.

Selain nilai fungsi, frekuensi pembelian juga mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Frekuensi pembelian adalah seberapa sering seseorang membeli suatu barang dalam jangka waktu tertentu. Pembelian merchandise didasarkan pada dua hal yaitu kecanduan dan ketergantungan kepada idola. Mahasiswa Fakultas Syariah mengkonsumsi sesuatu berdasarkan fungsi dan emosi yang berhubungan dengan kesenangan dan gaya hidup.

Mahasiswa Syariah Unisba mengkonsumsi sesuatu berdasarkan fungsi dan emosi yang berhubungan dengan kesenangan dan gaya hidup. Menurut wawancara dapat disimpulkan bahwa ada alasan mengapa mahasiswa suka mengkonsumsi merchandise K-pop yaitu sebagai bentuk apresiasi terhadap idola, mengoleksi merchandise dapat mengembalikan mood atau mengurangi stres, keinginan untuk bersenang-senang, dan sebagai tanda status anak K-Pop. Sebagian besar dari merchandise yang dibeli informan mereka hanya memiliki fungsi pelengkap saja seperti koleksi atau penghargaan diri. Selain pengalaman yang mereka peroleh dengan mendapatkan merchandise memberikan mereka perasaan khusus tersendiri sehingga mereka dapat membelinya.

Analisis Perilaku Konsumsi K-Pop Fans Mahasiswa Fakultas Syariah Menurut Teori Konsumsi Al-Ghazali

Secara umum konsumsi dapat didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Tujuannya adalah untuk mencari kepuasan (*utility*) yang maksimal, bertentangan dengan Islam, tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah untuk mencapai masalah dunia dan akhirat bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mencapai kepuasan.

Konsumsi adalah bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Konsumsi akan selalu dilakukan oleh manusia secara terus menerus tanpa batas waktu. Konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan tentunya untuk mencapai kepuasan sebagian orang. Konsumsi yang berlebihan akan mengarah gaya hidup konsumtif, dimana kegiatan konsumtif tidak lagi didasarkan pada pilihan rasional berdasarkan kebutuhan, budaya konsumtif sering kali dilakukan secara sadar demi pengakuan sosial

Dalam aktivitas konsumsi mahasiswa fakultas syariah Unisba melakukan aktivitas konsumsi yang bertujuan sebagai mencari kepuasan semata, hal ini dibuktikan dengan banyaknya koleksi *merchandise* K-pop seperti *photocard*, *binder photocard*, *album*, *lighstick*, *gantungan kunci*, *poster*, dan produk yang di brand ambassador idolnya. Alasan mahasiswa fakultas syariah Unisba yang menjadi penggemar K-pop suka mengonsumsi barang-barang K-pop selain untuk mencari kesenangan dan kepuasan, mereka merasa jika membeli barang-barang K-pop dapat membantu karya-karya dari idol yang mereka suka hal tersebut sebagai bentuk apresiasi seorang penggemar terhadap idolnya. Selain itu bentuk *merchandise* yang imut dan lucu membuat keinginan mereka untuk membeli dan bisa menghilangkan mood mereka.

Perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa Fakultas Syariah Unisba memperlihatkan bahwa perilaku mereka disebabkan karena adanya dorongan seseorang untuk terus mengonsumsi barang-barang kpop demi kepentingan emosional sebagai penggemar selain itu factor setelah bergabung dalam komunitas membuat hasrat mereka semakin tinggi untuk membeli barang-barang kpop dan juga untuk meperkuat identitas mereka sebagai hal ini memunculkan perilaku konsumtif dalam diri mereka.

Dalam Islam konsumsi tidak lepas dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena sangat mempengaruhi kuantitas, kualitas, dalam mengonsumsi baik materi maupun spiritual. Mahasiswa harus mengetahui prinsip-prinsip dalam mengonsumsi agar yang dilakukan mendapatkan keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT. Prinsip tersebut terdiri dari prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kemurahan hati, prinsip kesederhanaan, prinsip moralitas.

1. Prinsip Keadilan, Keadilan adalah keinginan untuk memberikan hak kepada semua orang yang berhak menerima dan memelihara hak tersebut.
2. Prinsip Kebersihan, Prinsip kebersihan menjelaskan bahwa ketika kita mengonsumsi, menggunakan atau memanfaatkan suatu barang, seseorang harus memilih barang yang baik, sesuai, dan tidak kotor atau pun menjijikan agar tidak merusak selera.
3. Prinsip Kesederhanaan, Seseungguhnya jumlah yang terpuji dalam keadaan yang wajar adalah sederhana. Pada saat pembelian pemborosan (*tarf*) atau berlebihan (*israf*) harus dihindari. Sikap ini merupakan perilaku konsumtif jauh dari nilai-nilai syariah
4. Prinsip Kemurahan Hati, Perintah Allah adalah untuk menyisihkan manfaat tertentu yang diberikan kepada orang yang kurang mampu, seperti zakat fitrah, sedekah, wakaf, pinjaman, dan segala bentuk solidaritas sosial lainnya.
5. Prinsip Moralitas, Prinsip moralitas adalah bahwa perilaku konsumen seorang Muslim harus mematuhi aturan-aturan yang berlaku dalam Islam yang tercermin baik sebelum, sewaktu dan setelah konsumsi. Oleh karena itu, ia akan merasakan kehadiran ilahi ketika ia memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting karena Islam memang membutuhkan perpaduan nilai-nilai kebahagiaan dalam kehidupan material dan spiritual.

Karena menyukai K-Pop, banyak penggemar K-Pop beberapa *merchandise* seperti album, *photo card*, pakaian, aksesoris, dan *merchandise* lainnya terkait idola yang dikaguminya. Sehingga beberapa mahasiswa Fakultas Syariah Unisba penggemar K-Pop berkeinginan membeli *merchandise*. Hal ini jelas bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip syariah tentang larangan pemborosan. Sikap ini dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Meningkatnya konsumsi di kalangan mahasiswa Fakultas Syariah membuat mereka tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sesungguhnya hal ini secara tegas dilarang oleh Allah SWT dalam konteks konsumsi dalam Islam. Hal ini dijelaskan dalam Al-Quran, Q.S Al- A'raf Ayat 31.

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Menurut Imam Al Ghazali, konsumsi bukan hanya berfokus pada kepuasan melainkan ada tujuan dan batasannya. Menurut Al Ghazali, kesejahteraan masyarakat tergantung pada pencapaian dan pemeliharaan lima tujuan utama yakni agama, kehidupan, keturunan, harta dan keluarga. menurut Al Ghazali ada tiga yakni kebutuhann (dharuriyyah), kesenangan (hajiyyah), dan kemewahan (tahsiniyyat).

1. Kebutuhann Daruriyat (kebutuhann sekunder) yaitu sesuatu yang harus ada untuk keberadaan manusia atau kehidupan manusia yang ttidak sempurna tanpa terpenuhinya kebutuhann tersebut. Darurriyah sering digunakan untuk merujuk pada semua layanan yang memenuhi kebutuhann primer atau mengurangi kesulitan. Makanan dan minuman merupakan unit terpenting dalam menjaga kesehatan.
2. Kebutuhann Hajiyyat (kebutuhann primer) yaitu kebutuhann manusia untuk mendapatkan kelapangan hidup dan menghindari kesulitan. Jika aspek hajiyyat ini tidak terpenuhi tidaklah membawa bencana bagi manusia.
3. Kebutuhann tahsiniyyat (kebutuhann tersier) yaitu kebutuhann yang menyangkut kemewahan. Islam ttidak melarang seseorang untuk memenuhi kebutuhann tahsiniyyat.

Aktivitas konsumsi penggemar K-popers melakukan aktivitas konsumsi yang bertujuan sebagai mencari kepuasan semata, hal ini dapat dilihat dari barang-barang K-pop yang mereka konsumsi. Konsumsi yang dilakukan mahasiswa fakultas syariah Unisba disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi barang-barang K-pop demi kepentingan emosional sebagai penggemar ditambah dengan pengaruh lingkungan penggemar K-pop lainnya semakin membuat hasrat mereka untuk terus mengkonsumsi. Hal ini memunculkan perilaku konsumsi pada diri mereka.

Perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Syariah berdasarkan konsep teori konsumsi Al-Ghazali membatasi pembahasannya tentang pemenuhan kebutuhan hanya memfokus pada kebutuhan rohani dan jasmanai. Proses ini menjadi menjadi bagian penting dari konsumsi. Konsumsi dilakukan dengan memprioritaskan kebutuhan diatas keinginan. Konsumsi tidak hanya didasarkan pada keinginan nafsu untuk kepuasan, meskipun nafsu memiliki sejumlah keuntungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Syariah Unisba dalam mengkonsumsi merchandise tidak mencemaskan kebutuhan sehari-hari dan tempat tinggal karena karena mereka masih tinggal bersama orang tua sehingga mereka tidak memikirkan kebutuhan melainkan mengutamakan keinginan. Untuk memenuhi keinginan, mereka mengikuti hawa nafsu untuk mengkonsumsi merchandise tanpa melihat manfaat dari merchandise tersebut meski harga merchandise bias dilihat cukup mahal mereka beli hanya untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan. Hal ini bertentangan dengan pendapat Al-Ghazali. Al-Ghazali mengatakan membelanjakan harta harus hati-hati dan tidak mengikuti hawa nafsu. Hal ini bisa membawa kemiskinan ke masa depan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi Kpop fans yang dilakukan mahasiswa Fakultas Syariah Unisba angkatan 2017-2020 disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi merchandise demi kepentingan emosional sebagai penggemar ditambah dengan pengaruh lingkungan dikomunitas Kpoppers yang mereka ikuti semakin membuat hasrat mereka untuk terus mengonsumsi. Hal ini memunculkan perilaku konsumtif dalam diri mereka.
2. Berdasarkan teori konsumsi Al Ghazali perilaku konsumsi kpop fans Mahasiswa Syariah Unisba Angkatan 2017-2020 dalam membelanjakan hartanya sangat berlebihan atau israf tanpa melihat manfaat merchandise yang hanya untuk menjadikan pajangan saja padahal Al-Ghazali menyarankan untuk bersifat murah hati yaitu antara keserakahan dan pemborosan. Oleh karena itu, perilaku konsumsi kpop fans terdapat 4 dari 5 orang Mahasiswa Fakultas Syariah Unisba berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali menyimpang dan tidak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip

keadilan, kebersihan, kemurahan hati, kesederhanaan, moralitas dan pandangan Mahasiswa mengenai perilaku konsumsi belum sepenuhnya menunjukkan perilaku konsumsi yang diterapkan menurut Imam Al-Ghazali. Hal ini terlihat dari gaya mereka masih suka mencukupi keinginannya dari pada kebutuhan dasar yaitu kebutuhan pokok (dharuriyyat). Bahkan lebih rentan erhadap pemborosan dan terus berperilaku yang bertentang dengan Islam. Menurut Al-Ghazali cara hidup seperti itu tidak cocok bagi seorang yang beriman yang memiliki niat hidup demikian tidak selanjutnya haram.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah Swt., orang tua dan orang-orang terdekat yang selalu support untuk bisa sampai dititik ini serta terima kasih kepada kedua dosen pembimbing karena telah membimbing penulis dalam proses penyusunan penelitian ini hingga selesai.

Daftar Pustaka

- [1] Afrina, Dita, 'Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam', *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.1 (2019), 23 <<https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1088>>
- [2] Agung Zulkarnain Alang, 'Produksi, Konsumsi, Dan Distribusi Dalam Islam', *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 3 (2019), 1–9
- [3] Ahmad Dhoifur Usmany. 32, 'IMPLEMENTASINYA DALAM ERA GLOBALISASI', 1.1 (2004),32
- [4] Ahmad Zaini. 151, 'Pemikiran Tasawuf Imam Al-Ghazali', *Akhlak Dan Tasawuf*, 2.1 (2016) 53
- [5] Afrina, Dita, 'Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam', *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.1 (2019), 23 <<https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1088>>
- [6] Agung Zulkarnain Alang, 'Produksi, Konsumsi, Dan Distribusi Dalam Islam', *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 3 (2019), 1–9
- [7] Ahmad Dhoifur Usmany. 32, 'IMPLEMENTASINYA DALAM ERA GLOBALISASI', 1.1 (2004),32
- [8] Ahmad Zaini. 151, 'Pemikiran Tasawuf Imam Al-Ghazali', *Akhlak Dan Tasawuf*, 2.1 (2016) 53
- [9] Aldila Septia.6, 'Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam', *Dinar*, 1.2 (2015), 1–18
- [10] Almizan, 'Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Kapitalis', *Al Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan)*, Vol. 1 (2016), 13–30 <<http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi>>
- [11] Amarilis Rahmadani, 'Pengaruh Korean Wave and Brand Ambassador Pada Pengambilan Keputusan Konsumen', *Telaah Bisnis*, 22.1 (2021), 59–72
- [12] Anggreini, Ririn, and Sulis Mariyanti, 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif', *Jurnal Psikologi*, 12.1 (2014), 34–42
- [13] Anita Nugraheni, 'Identifikasi Pola Perilaku Islam Di Lingkungan Universitas Islam Bandung', *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Sosial Dan Humaniora)*, 1, 2015, 57–82
- [14] Anto. hlm.126, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)
- [15] Beekum Issa Rafik, *Etika Bisnis Islam*, ed. by Muhammad (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)
- [16] Handayani, Sri dan Asep Ramdan Hidayat. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah dan Perilaku Konsumen dalam Islam terhadap Transaksi Jual Beli Rumah dengan Sistem Borongan. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 61-68.