

Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam Membeli Produk Skincare Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Khaf (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah STAI Al-Ishlahiyah Binjai)

Ririn Anjani Rangkuti^{1*)}, Sugianto²⁾

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*Email korespondensi: ririnanjanir02@gmail.com

Abstract

Observing today's phenomenon, skincare products have become an option for many women to look beautiful when caring for their skin. Likewise with STAI Al-Ishlahiyah Binjai Sharia Banking students. Some people buy it because they need it, some because they want it. The purpose of this article is to examine female students' consumptive behavior towards skincare products and female students' consumptive behavior towards skincare products from the perspective of Monzer Khaf's Islamic consumption theory. This study includes field research with a qualitative descriptive method approach. The data in this research was collected through observation techniques, interviews and documentation studies. Data was analyzed through data reduction, data presentation, and data verification. The study findings show that the consumption behavior of female students in consuming skincare products is more based on pure lust and desires accompanied by too high expectations for skincare products, thus stimulating them to change various brands excessively and causing wastage and waste. The consumption behavior of female students from Monzer Khaf's Islamic consumption perspective is not yet fully appropriate and implemented.

Keywords: Consumption Behavior of Female Students, Islamic Consumption, Skincare

Saran sitasi: Rangkuti, R. A., & Sugianto. (2024). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam Membeli Produk Skincare Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Khaf (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah STAI Al-Ishlahiyah Binjai). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 3164-3170. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15085>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15085>

1. PENDAHULUAN

Konsumsi adalah salah satu aktivitas perekonomian yang memegang peran penting bagi hidup manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Berbagai upaya yang dilakukannya untuk memenuhi kebutuhannya adalah bagian dari konsep konsumsi. Berkaca pada perkembangan saat ini, aktivitas konsumsi telah mengalami perubahan yang awalnya dilakukan atas kesadaran untuk memenuhi kebutuhan, kini bergeser dengan munculnya berbagai keinginan agar dipenuhi serta diwujudkan (Ramdania, Novita, & Nurohman, 2020).

Mencermati fenomena hari ini produk skincare menjadi opsi banyak wanita untuk tampil cantik dalam merawat kulit. Skincare ialah sebuah produk kecantikan yang untuk menunjang serta perawatan kulit. Pesatnya perkembangan teknologi membuat sosial media sebagai sumber informasi terkait skincare

menjadi stimulus adanya perubahan perilaku konsumsi. dan membuat para remaja wanita protektif akan perawatan kulit (Kusuma, Hikmah, & Marom, 2020). Di samping itu, salah satu dampak dari kemajuan zaman ini ialah gaya hidup masyarakat menjadi cenderung hidonis sehingga memiliki perilaku konsumtif (Corinna & Cahyono, 2019). Aktivitas konsumsi yang dilakukan hanya untuk memuaskan keinginan dan tanpa didasari kebutuhan, maka hal tersebut tak akan memberi manfaat serta masalah, sementara bila dilakukan dengan dilandasi adanya kebutuhan dan tidak berlebihan, maka hal ini dapat membawa manfaat dan masalah, serta tak mengundang mudharat (Hamid, 2018).

Dalam Islam konsumsi mempunyai nilai (*value*), di mana semakin tinggi valuenya, maka semakin tertib perilakunya dalam melakukan konsumsi. Konsumsi untuk mencukupi kebutuhan pokok dalam Islam

tidaklah dilarang, akan tetapi konsumsi untuk pemborosan Islam sangat melarangnya. Oleh karena itu, dalam Islam konsumsi disandarkan pada kebutuhan, supaya tak berlebihan, sebagai mana diterangkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Forqon ayat 67, sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan, orang-orang yang bila membelanjakan (hartanya) tak berlebih-lebihan serta tak juga kikir. Perbelanjaan tersebut ialah petengahan di antara keduanya”.

Di samping itu, Islam juga melarang adanya sifat kikir serta pelit, seperti yang digambarkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra ayat 27 terkait perilaku hidup boros, sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sejatinya orang-orang yang boros itu ialah saudaranya setan dan seta itu sangat ingkar pada Tuhannya”.

Menurut Mozer Khaf dalam Islam perilaku konsumsi berkenaan dengan tiga hal, yakni rasionalisme dalam Islam, konsep Islam mengenai produk, serta etika konsumsi dalam Islam (Sriwahyuni, 2017). Teori Khaf terkait perilaku konsumsi dalam Islam menjadi pijakan teori pada kajian ini, sebab melalui teori ini peneliti dapat mengulas fenomena konsumsi yang tengah terjadi di kehidupan masyarakat saat ini, khususnya di kalangan mahasiswa Perbankan Syariah di STAI Al-Islahiyah Binjai.

Sejauh yang ditemukan para mahasiswa seringkali memiliki keinginan yang berlebihan terhadap produk-produk terbaru dan mengonsumsinya secara berlebihan. Perilaku konsumtif ini mengacu pada sikap atau perilaku mahasiswa Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah yang melakukan konsumsi pada suatu produk skincare secara berlebihan dan tidak wajar. Mahasiswa yang terdaftar di Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah sering kali melakukan perilaku konsumtif yang lebih dilatarbelakangi oleh keinginan dibandingkan kebutuhan. Selain itu, mahasiswa yang terdaftar di Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah juga terbukti lebih cenderung membeli merk skincare ternama. Saat diaplikasikan pada wajah, produk skincare dari merek ternama terlihat

memiliki kualitas yang jauh lebih tinggi dan dapat meningkatkan rasa percaya diri.

Gaya hidup menjadi salah satu faktor yang membuat mahasiswa Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai menjadi berlebihan dalam menggunakan produk skincare dan memunculkan perilaku hidup boros. Perilaku konsumsi yang demikian ini tentu tak sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam sebagaimana yang telah disinggung dalam beberapa ayat di atas.

Untuk menghindari adanya duplikasi atau pengulangan penelitian, dalam hal ini peneliti sajikan beberapa kajian terdahulu yang patut untuk diulas, sebagai berikut: Sari & Indriani (2021) meneliti tentang “Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Dalam Berbelanja Skincare di Pamekasan”. Temuan kajian menerangkan perilaku konsumsi mahasiswa di Pamekasan dalam berbelanja Skincare tidak sepenuhnya atas dasar kebutuhan, melainkan untuk pemenuhan keinginan semata. Hal ini terlihat dari adanya sikap berlebihan dalam konsumsi yang mengikuti hawa nafsu, sehingga memunculkan sifat boros dan tak memperhatikan nilai-nilai konsumsi dalam Islam. Adapun persamaan kajian dengan artikel ini ialah sama-sama meneliti perilaku konsumsi mahasiswa dalam mengkonsumsi produk skincare. Namun, letak perbedaan serta kebaruannya ialah kajian ini menggunakan pisau analisis teori perilaku konsumsi Monzer Khaf.

Selanjutnya Hayati (2020) mengulas terkait “Kontribusi Pengendalian Diri dan Kesesuaian Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif”. Hasil kajian menunjukkan beberapa temuan yakni: 1) rata-rata pengendalian diri ada dalam kategori tinggi; 2) konformitas teman sebaya termasuk kategori tinggi; 3) perilaku konsumtif pelanggan masuk dalam kategori sangat tinggi; 4) terdapat 55% kontribusi pengendalian diri pada perilaku konsumtif; dan 5) terdapat 60% kontribusi secara simultan kontrol diri dan konformitas pada perilaku konsumtif. Persamaan kajian dengan artikel ini ialah sama-sama meneliti perilaku konsumsi, sementara letak perbedaan serta kebaruannya ialah kajian ini menganalisis perilaku konsumtif terhadap produk skincare menggunakan pisau analisis teori perilaku konsumsi Monzer Khaf.

Berpijak pada paparan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mengungkap: 1) bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah STAI Al-Islahiyah Binjai terhadap produk skincare? dan 2) bagaimana perilaku konsumtif

mahasiswi perbankan syariah STAI Al-Islahiyah Binjai pada produk skincare dalam perspektif teori perilaku konsumsi Islam Monzer Khaf? Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perspektif teori konsumsi Islam.

2. METODE PENELITIAN

Kajian ini merupakan kajian *field research* (penelitian lapangan), yakni sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk menelaah secara sensitif terkait latar belakang keadaan serta interaksi baik individu, kelompok, masyarakat, ataupun sebuah lembaga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif, yakni suatu metode yang menyajikan deskriptif berupa kata-kata yang diperoleh dari informan yang diamati baik secara lisan ataupun tulisan. Data pada penelitian ini dihimpun melalui teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Selanjutnya, data dianalisis secara induktif melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Fiantika, et, al., 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Perilaku Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai terhadap Produk Skincare

Berdasarkan hasil penelitian pada mahasiswi perbankan syariah STAI Al-Islahiyah Binjai mengetahui teori konsumsi Islam, seperti yang disampaikan Febriyanti (2023) yakni *“dalam Islam konsumsi terkait dengan perilaku serta etika konsumsi sesuai yang diajarkan dalam syariat Islam”*.

Rahmaida (2023) menuturkan *“dalam Islam konsumsi itu aktivitas memakai produk atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan, baik itu kebutuhan rohani maupun jasmani, tapi dalam pemakaiannya sewajarnya dan tidak berlebihan supaya bisa meraih kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat”*. Hal senada juga disampaikan Aini (2023) yakni *“dalam Islam konsumsi adalah kegiatan melakukan konsumsi secukupnya sesuai kebutuhan bukan keinginan dan tidak berlebihan”*.

Alpiah (2023) mengatakan *“dalam Islam konsumsi ialah sebuah aktivitas untuk menggunakan nilai guna sebuah produk atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidup, dan ajaran Islam menganjurkan umatnya agar melakukan konsumsi itu*

tidak dengan cara yang foya-foya atau berlebihan”. Selanjutnya Kinara (2023) mengungkapkan *“konsumsi dalam Islam itu mengkonsumsi atau memakai suatu produk sesuai kebutuhan dan tak boleh berlebihan agar tidak boros, seperti yang ada dalam ajaran Islam”*.

Berbicara mengenai konsumsi tentu tak terlepas dari kehidupan manusia. Sebab, manusia membutuhkan hal tersebut demi keberlangsungan hidupnya. Dalam prakteknya tiap orang memiliki cara yang berbeda-beda dalam melakukan aktivitas konsumsi dengan menggunakan harta yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana telah disinggung di awal, bahwa salah satu produk yang kerap dikonsumsi oleh mahasiswi perbankan syariah STAI Al-Islahiyah Binjai ialah skincare. Produk ini banyak dikonsumsi mereka karena dinilai sebagai sebuah kebutuhan.

Sebagaimana yang disampaikan Febriyanti (2023) *“buat saya skincare itu udah jadi kebutuhan ya. Saya menggunakan skincare sudah dari tahun 2019, ya untuk keperluan merawat kulit wajah supaya lebih sehat. Saya tidak bergantung pada satu merk saja, saya lumayan sering gonta-ganti karena terpengaruh iklan di sosial media sama rekomendasi dari temen. Ya akibatnya lumayan banyak juga skincare yang tidak dipakai lagi”*.

Hal senada juga dialami oleh Rahmaida (2023) mengungkapkan *“saya mengkonsumsi skincare sudah cukup lama dari tahun 2019-an, ya semenjak masuk kuliah itu. Dari situ skincare buat saya udah jadi kebutuhan sampai sekarang, malah jadi sering ganti-ganti merek, koleksi beberapa produk juga biar tahu mana yang cocok sama kulit saya dan harganya juga yang terjangkau. Koleksi produk skincare saya kadang banyak yang tidak dipakai lagi, itu kadang saya jual lagi atau dipajang aja di kamar. Saya tertarik koleksi skincare itu karena pengaruh teman sama iklan di sosial media. Uang bulanan dari orang tua dan gaya hidup cukup mempengaruhi saya jadi suka belanja skincare”*.

Aini (2023) menuturkan *“saya memakai skincare sudah dari waktu masih sekolah SMA. Pas masih SMA cukup di satu produk saja, tapi semenjak kuliah ini sering liat iklan di media sosial dan informasi dari teman jadi tahu macam-macam merk, akhirnya sekarang jadi sering gonta-ganti skincarenya. Padahal stocknya masih banyak, kalo ada produk tetap saja beli, karena ingin tahu kualitasnya bagus*

apa tidak, tapi sering juga karena tidak terpakai itu suka saya buang”.

Alpiah (2023) mengatakan *“saya termasuk pemakai skincare, bahkan pecinta dan peng koleksi skincare. Dari awal masuk kuliah sampe sekarang sebenarnya skincare tidak begitu jadi kebutuhan, soalnya saya memakainya ketika awal beli saja, dan dirasa kalau ada manfaatnya ke wajah saya, jadi saya sering membelinya tapi jarang memakainya. Apalagi kalau ada produk terbaru yang suka direview oleh selebgram, saya jadi terpancing ingin membelinya meskipun sebenarnya tidak terlalu butuh. Koleksi skincare di kamar saya itu banyak sekali, bahkan mungkin sekarang ada yang sudah expired (kadaluarsa)”.*

Kinara (2023) juga menambahkan *“saya dari kecil memang suka kosmetik, jadi pas sudah masa kuliah ini saya lebih suka lagi menggunakan skincare, soalnya zaman sekarang ini sudah canggih, beli skincare itu juga tidak harus keluar rumah dan ke tokonya langsung. Dari HP saja sudah bisa membelinya, apalagi dengan iklannya yang cukup masif, tiap melihat produk baru bawaannya saya ingin membelinya, ya sudah akhirnya saya membelinya, meskipun stock di rumah masih banyak”.*

Mencermati keterangan di atas, terlihat bahwa para mahasiswi perbankan syariah STAI Al-Islahiyah Binjai, sebenarnya sudah mengetahui seperti apa konsumsi serta perilaku konsumsi yang diajarkan dalam Islam. Sayangnya pengetahuan tersebut tidak diaplikasikan dalam kehidupannya. Hal ini terbukti dari keterangan-keterangan para mahasiswi perbankan syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam pemakaian produk skincare. Pemakaian skincare secara berlebihan ini menunjukkan perilaku pemborosan, yang mana hal tersebut dalam Islam sangatlah dilarang dan tak mencerminkan prinsip kesederhanaan seorang muslim.

Perilaku Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam Perspektif Konsumsi Islam Monzer Khaf

Sebagaimana yang telah diulas sebelumnya bahwa menurut Khaf konsumsi dalam Islam meliputi rasionalisme Islam, konsep Islam mengenai produk, serta etika konsumsi dalam Islam (Khaf, 1995).

Berdasarkan hasil penelitian pada mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai terkait perilaku konsumsi, bila ditinjau dariacamata teori konsumsi Islam Monzer Khaf, maka masih belum sepenuhnya sesuai. Hal tersebut terlihat dari

keterangan para mahasiswi terkait konsep Islam mengenai produk dan etika konsumsi Islam, sebagai berikut:

Febriyanti (2023) mengatakan *“skincare yang saya gunakan ini termasuk produk al-tayyibat, soalnya saat membelinya saya memilih produk yang telah tersertifikasi oleh BPOM, agar produk yang saya pakai ini aman dan tidak beresiko. Selain itu, saya melihat kualitas, harga, serta manfaatnya terhadap kulit saya, untuk disesuaikan dengan uang yang sudah disiapkan, dan melihat juga review dari temen-temen atau selebgram”.*

Rahmaida (2023) mengungkapkan *“kalau saya tidak tahu ya skincare yang saya pakai itu termasuk kategori produk yang al-tayyibat, soalnya saya tidak memerhatikan apakah produk yang saya pakai itu sudah terdaftar di BPOM atau belum. Namun, saya tetap mempertimbangkan serta manfaat dari skincare yang hendak saya beli, apakah produk itu cocok di kulit dan keuangan saya”.*

Lebih lanjut terkait etika konsumsi dalam Islam sebagai berikut:

Aini (2023) menerangkan *“saya suka membeli skincare baru lagi ketika skincare lama juga belum habis. Akhirnya skincare yang lama itu tidak terpakai dan biasanya kalau udah kebanyakan suka saya buang, soalnya tempatnya jadi penuh”.*

Alpiah (2023) menuturkan *“ya seperti sayang bilang tadi, saya pecinta dan peng koleksi skincare. Meskipun yang saya pakai itu hanya beberapa produk saja, tapi saya suka beli lagi dan beli lagi. Akhirnya banyak produk skincare itu yang tidak terpakai bahkan sampai kadaluarsa”.*

Kinara (2023) menyatakan *“saya membeli skincare itu tidak harus menunggu habis dulu, kadang meskipun stocknya masih ada juga saya tetap membelinya. Saya suka mencoba berbagai merk untuk mencari tahu produk mana yang cocok dengan kulit saya, dan skincare saya yang sudah tidak terpakai itu saya jadikan aksesoris dan pajangan saja di kamar”.*

Menelaah keterangan para informan di atas, terlihat bahwa mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam membeli skincare mempertimbangkan harga, kualitas serta manfaat dari produk skincare yang dibelinya. Dalam arti mereka cukup hati-hati dalam mengkonsumsi produk skincare. Sejatinya Islam telah mengajarkan pada umatnya agar mengkonsumsi sesuatu hal yang halal lagi baik dan juga bersih, maka sudah semestinya produk skincare yang dikonsumsi itu tersertifikasi

BPOM. Akan tetapi, masih terdapat beberapa mahasiswi yang menggunakan produk tidak tersertifikasi BOPM. Selain itu, mereka kurang bijak dalam mengkonsumsi produk skincare tersebut. Hal ini terlihat dari penggunaannya yang tidak sesuai kebutuhan, dan banyak yang mengkoleksi produk skincare hingga akhirnya tidak dipakai sebagaimana fungsinya. Perilaku konsumsi yang demikian ini tentu tidak sejalan dengan etika konsumsi dalam Islam.

3.2. Pembahasan

Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk Skincare

Sebagaimana telah diulas sebelumnya bahwa kehidupan manusia tak terlepas dari aktivitas konsumsi. Untuk itu, aktivitas konsumsi dilakukan guna kelangsungan hidup serta meraih kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat. Pada konteks ini, perilaku konsumsi tidak hanya berkenaan dengan makanan atau minuman semata, akan tetapi mencakup banyak hal seperti pakaian, kendaraan, serta barang-barang lainnya.

Menelaah hasil penelitian di atas, bisa dilihat bahwa mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai telah memahami teori konsumsi dalam Islam. Sayangnya pemahaman tersebut tidak dibarengi dengan implementasinya dalam kehidupannya. Di samping itu, ketika mengkonsumsi produk skincare perilaku mahasiswi belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Sebab, dalam melakukan konsumsi terhadap produk skincare para mahasiswi mengkonsumsinya secara berlebihan, tidak secukupnya sesuai dengan kebutuhan dan hal ini merupakan perilaku pemborosan. Padahal ajaran Islam melarang penggunaan sesuatu hal dengan cara yang berlebihan, sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰتَكَ زَيْنَتَكَ مِنْ دُوْنِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucuk Adam, gunakanlah pakaian mu yang terbaik saat (memasuki) masjid, serta makan dan minumlah, tapi jangan berlebihan. Sejatinya Allah tak menyukai orang-orang yang berlebihan”.

Perilaku konsumsi dalam memakai produk skincare tak menggambarkan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip kesederhanaan. Dalam prinsip

tersebut menyinggung terkait bagaimana semestinya perilaku seorang pelanggan ketika melakukan kegiatan konsumsi yang tidak berlebihan. Saat kekurangan makanan tentu akan memunculkan efek bagi tubuh, tapi kelebihan makanan pun twtap memiliki efek yang tidak baik bagi tubuh. Demikian juga dalam mengkonsumsi skincare mesti secukupnya dan sewajarnya. Sebab, dalam Islam perilaku konsumsi yang berlebihan dan melewati batas termasuk perilaku yang boros serta menghambur-hamburkan harta secara tidak bijak sangatlah dilarang.

Berdasarkan hasil analisis, terdapat faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam mengkonsumsi skincare. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain, gaya hidup mahasiswi yang selalu mengikuti trend. Uang bulanan dari orang tua yang mendukung. Teman atau lingkungan yang selalu memberikan rekomendasi dan bukti fisik dari penggunaan skincare, dan media sosial yang selalu mengiklankan produk-produk skincare. Faktor-faktor tersebut jadi stimulus para mahasiswi memiliki perilaku konsumsi yang borong dalam mengalokasikan uang atau hartanya.

Hal yang paling utama dalam melakukan aktivitas konsumsi dalam Islam ialah mendapatkan *masalahah*. Dalam *masalahah* terdapat dua kanduungan yakni berkaah serta manfaat, agar bisa mendapat kadungan tersebut, maka produk yang akan dikonsumsi hendaknya produk yang halal, entah itu dari sifat zatnya maupu dari cara memperoleh serta manfaatnya. Mengonsumsi produk yang halal adalah bentuk kepatuhan pada Allah dan akan dibalas dengan pahala serta manfaat dari produk yang dikonsumsi.

Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk Skincare dalam Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Khaf

Berdasarkan hasil penelitian menerangkan perilaku konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam menggunakan skinare belum sutuhnya sejalah dengan teori konsumsi Islam Monzer Khaf. Hal ini didasarkan pada analisa berikut:

Rasionalisme Islam

Temuan penelitian memperlihatkan mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai melakukan pertimbangan serta penyesuaian terkait dengan kuangannya dalam membeli produk skincare. Rasionalisasi yang dilakukan terlihat dari pertimbangan mengenai kualitas, harga, serta manfaat

yang diperoleh dari produk skincare yang hendak dikonsumsi.

Konsep Islam mengenai Produk

Temuan penelitian menerangkan perilaku mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai belum sepenuhnya memerhatikan konsep produk dalam Islam. Hal tersebut terlihat dalam menggunakan produk skincare, masih ada mahasiswi yang memakai produk tidak berstandar BPOM dan hal ini tidak terjamin kehalalan, kebersihan, serta keamanannya apabila dikonsumsi dan diterapkan pada wajah.

Etika Konsumsi dalam Islam

Temuan kajian menerangkan perilaku konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai tidak menggambarkan etika konsumsi sebagai umat Islam. Hal ini terbukti dari pembelian produk skincare yang berlebihan dan tidak sewajarnya, sehingga memunculkan perilaku pemborosan serta mubazir dalam mengonsumsi produk skincare tersebut.

Menelaah seluruh hasil wawancara dan uraian di atas, maka dalam hal ini bisa dikatakan bahwa mahasiswa Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam melakukan konsumsi belum seutuhnya memerhatikan konsep Islam mengenai produk serta etika konsumsi yang baik dan benar dalam Islam.

4. KESIMPULAN

Berpijak pada hasil dan pembahasan di atas, telah menghasilkan beberapa kesimpulan, yakni: *Pertama*, perilaku konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam mengonsumsi produk skincare lebih mengikuti hawa nafsu semata serta keinginan yang disertai ekspektasi terlalu tinggi pada produk skincare, sehingga menstimulusnya untuk melakukan pergantian berbagai merk secara berlebihan dan menyebabkan pemborosan serta mubazir dalam aktivitas konsumsinya. Perilaku konsumsi yang demikian ini tak menggambarkan prinsip konsumsi dalam Islam. *Kedua*, perilaku konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai dalam perspektif Konsumsi Islam Monzer Kahf belum sepenuhnya sesuai dan diterapkan. Pada point rasionalisme dalam menggunakan produk skincare mereka mempertimbangkan harga, kualitas, serta manfaat yang diperoleh. Akan tetapi dalam pemakaiannya tidak sejalan dengan konsep produk dalam Islam. Dalam etika konsumsi mahasiswi tidak mengindahkan ajaran

Islam, sebab dalam mengonsumsi produk skincare dilakukan secara berlebihan, sehingga menyebabkan pemborosan dan mubazir.

Berkaitan dengan kesimpulan di atas, maka saran dalam penelitian ini mencakup saran teoritis dan praktis:

Saran Teoritis

Kajian ini dijadikan sebagai sumbangsing pemikiran serta referensi untuk melakukan studi lebih lanjut terkait dengan perilaku konsumsi di kalangan remaja atau para pengguna produk skincare dari kacamata perilaku konsumsi dalam Islam.

Saran Praktis

Bagi mahasiswi Perbankan Syariah STAI Al-Islahiyah Binjai alangkah baiknya pemahaman terkait konsumsi dalam Islam diimbangi juga dengan implementasinya dalam kehidupan. Bijaklah dalam menggunakan produk skincare sesuai dengan kebutuhan dan bukan didasari oleh keinginan semata, supaya tidak terjadi pemborosan dan mubazir, sebagaimana yang diajarkan dalam Islam.

5. REFERENSI

- Corinna, A. N., & Cahyono, E. F. (2019). Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millennial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf: Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(2), 319-330.
- Hamid, A. (2018). Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 204-216.
- Hayati, A. (2020). Kontribusi Pengendalian Diri dan Kesesuaian Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Internasional Konseling Terapan dan Ilmu Sosial*, 2(1).
- Kadarisman, Y., & Muazzinur, M. (2014). *Perilaku Konsumsi Trend Pakaian di Kalangan Mahasiswi (Studi pada Mahasiswi Sosiologi Fisip Unri)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Kahf, M. (1995). *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic branding, kualitas produk, dan lifestyle terhadap minat pembelian produk skincare pada generasi millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289-302.
- Machfud, M. (2016). & Sujoni, M.N. *Teori Ekonomi Makro*. Malang: UIN Maliki.
- Machmud, A. (2016). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

- Mulyawan, D., & Suryana, N. (2014). *A-Z Tentang Kosmetik*. Jakarta: PT. ElexMedia Komputindo.
- Ramdania, W., Irawati, N., & Nurrohman, N. (2020). Konsep Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *IQTISADIYA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 7(14).
- Rosalinda. (2017). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya dalam Aktivitas Perekonomian*. Jakarta: Raja Grfindo Persada.
- Sari, A.W., & Indrarini, R. "Analisis Perilaku Konsumsi Muslim Dalam Berbelanja Skin Care Pada Mahasiswi di Pamekasan." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4.2 (2021): 50-63.
- Sriwahyuni, E. S. (2017). Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2).
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarin. (2013). *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro dalam Perspktif Islam*. Yogyakarta: Grahailmu.
- Tania, S. (2018). Peran Penyidik Pegawai Negeri Sipil Badan Pengawasan Obat dan Makanan (PPNS BPOM) pada Tindak Pidana Peredaran Kosmetik Ilegal di Wilayah Hukum Sumatera Barat. (*Doctoral dissertation*, Universitas Andalas).