

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam ialah agama yang menyeluruh. Dalam Islam juga mengatur perilaku kehidupan manusia, baik itu sikap manusia dengan Allah (Hablum minallah) maupun sikap manusia dengan manusia (Hablum minan nas). Aktivitas kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya pun diatur dalam Islam baik konsumsi, produksi dan distribusi. Kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi karena banyaknya permintaan konsumen dan bertambahnya produksi. Kegiatan produksi yang semakin meningkat dapat menyebabkan konsumen semakin leluasa dalam membeli.

Pada dasarnya manusia hidup di dunia sangat membutuhkan penunjang untuk memenuhi kebutuhan baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat disebut juga perilaku konsumtif. Konsumsi pada setiap orang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan pendapatan masing-masing. Pendapatan setiap orang yang berbeda inilah yang menjadikan penentu utama dalam hal konsumsi. Walaupun ada pendapatan beberapa orang yang sama namun dalam hal konsumsi tentunya juga berbeda (Putriani & Shofawati, 2015:570)

Kegiatan konsumsi dalam Islam tentunya mempunyai batasan-batasan yang perlu diperhatikan seperti halal, haram dan tidak berlebih-lebihan. Seperti yang dijelaskan dalam al-Qur`an surat Al-A`raf:31:

يٰٓاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۗ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam melarang sesuatu atau sifat yang berlebihan. Dalam ajaran Islam mengkonsumsi sesuatu dengan cara berlebihan dinamakan dengan sifat boros. Sifat boros dalam mengkonsumsi merupakan sebuah fenomena yang sangat bertolak belakang dengan bagaimana sifat seharusnya seorang muslim dalam mengkonsumsi. Sifat boros yang mengeluarkan harta untuk sesuatu yang tidak berguna dapat menimbulkan ketidak seimbangan keuangan seorang muslim.

Manusia dalam mengkonsumsi sesuatu pasti mempunyai tujuan, tujuan dari konsumsi yaitu untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan paling dasar manusia diantaranya pertama kebutuhan Dharuriyat (Kebutuhan primer) ialah sebuah kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi maka keselamatan umat manusia akan terancam sandang, papan, dan pangan. Kedua kebutuhan Al-Hajiyah (Kebutuhan Sekunder), kebutuhan ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan primer apabila kebutuhan primer tidak terpenuhi seperti transportasi, buku, meja dan

lain-lain. Ketiga kebutuhan Tahsiniyat (Kebutuhan Tersier) yaitu kebutuhan hanya sebagai pelengkap yang memberikan nilai plus pada kebutuhan Dharuriyat dan kebutuhan Hajiyat seperti perhiasan, liburan, barang bermerk (Sada, 2017:213 ; Sophia & Nafik HR, 2015:694)

Dari contoh kebutuhan sekunder yang diantaranya alat transportasi, buku, meja, tempat tidur dan sebagainya. Namun sekarang ini produk *skincare* bagi konsumen termasuk kedalam kebutuhan sekunder yang harus dipenuhi karena kegunaan dari *skincare* yaitu selain untuk kecantikan juga untuk merawat kulit wajah atau tubuh dan mengurangi permasalahan pada kulit yang dimiliki dengan produk-produk *skincare* yang sesuai dengan keadaan kulit (Andriana & Achir, 2014:201 ; Octaviani & Kartasasmita, 2018:127).Hal inilah yang menyebabkan para perempuan gencar-gencarnya mencari produk *skincare* dan produk kosmetik untuk mempercantik dirinya (Khaerunissa, Prabawani, & Listyorini, 2015:11).

Semenjak dahulu hingga saat ini penampilan seseorang sering mendapat perhatian banyak orang, terutama bagi perempuan. Kecantikan maupun penampilan menjadikan hal utama bagi perempuan. Terlebih dengan terdapatnya statement di dalam masyarakat bahwa seorang wanita diharuskan tampil cantik sehingga banyak perempuan yang mewujudkan perihal tersebut. hingga saat ini wanita banyak yang berfikir kalau kecantikan merupakan sebuah kebutuhan (Ningsih & Bawono, 2016:45)

Dengan adanya statement di masyarakat, sekarang ini banyak mahasiswi yang berpenampilan cantik, modern dan modis bahkan menggunakan *skincare* menjadi sebuah keharusan dalam kesehariannya, selain itu berpenampilan cantik merupakan suatu kewajiban dan hal utama dalam mendukung statusnya sebagai mahasiswi kedudukan tertinggi dibidang Pendidikan. Banyak mahasiswi memakai *skincare* hanya dengan tujuan untuk merawat dan menjaga serta berpenampilan mengikuti trend perkembangan zaman (Ayuni, Suharso, & Sukidin, 2019:58).

Sebagai mahasiswa yang sedang fokus ke Pendidikan yang tinggi semestinya kebutuhan utama sebagai seorang pelajar harus lebih diutamakan. Namun dalam berkonsumsi mahasiswa tidak jauh berbeda dengan masyarakat atau rumah tangga. Pola konsumsi masyarakat ataupun individu termasuk mahasiswa tentunya berbeda-beda tidak dapat ditebak satu sama lain. Namun untuk keperluan utama mahasiswa sebagai pelajar yaitu pembelian buku serta alat-alat praktik yang tidak sama tergantung fakultas masing-masing mahasiswa (Wurangkan, 2015:75).

Bagi mahasiswi remaja putri produk kosmetik juga harus terpenuhi sehingga hal ini menjadi inceran perusahaan untuk memasarkan produk *skincare*. Bahkan mahasiswa dijadikan alasan oleh perusahaan yang baru mau memulai memproduksi kosmetik karena mereka melihat banyak peluang serta omset penjualan yang cukup tinggi berasal dari mahasiswa. Selain itu mahasiswa termasuk individu yang mudah terpengaruh dari teman sebaya ataupun dari iklan

yang marak di sosial media sehingga menimbulkan rasa ingin untuk memiliki barang tersebut (Haryani & Herwanto, 2015:6).

Sekarang ini maraknya produk *skincare* yang dijual memberi pengaruh yang besar pada remaja putri yang menggunakan *skincare* mereka cenderung terus menerus membeli produk *skincare* dengan merk yang berbeda pada saat membeli padahal *skincare* yang sebelumnya dimiliki belum habis. Para remaja putri membeli produk kecantikan baik *skincare* ataupun *make up* hanya karena keinginan individu dengan alasan untuk mengikuti trend kecantikan bukan berdasar kepada kebutuhan. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan perilaku konsumsi Islam (Safitri, Nurhasanah, & Surahman, 2017:500). Berikut data produk top *brand skincare* yang dijual oleh industri kecantikan, data dilansir oleh Compas.co.id



Kemungkinan begitu juga yang terjadi pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terkhusus mahasiswi Ekonomi Syariah dan Ekonomi banyak yang terus mengikuti trend kecantikan *skincare* wajah.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memiliki slogan unggul dan Islami tentunya memegang teguh ajaran agama Islam, namun perlu dilihat dari segi pola konsumsi mahasiswi terutama pada konsumsi *skincare* wajah harus diteliti apakah sudah sesuai dengan perilaku konsumsi yang diajarkan dalam Islam atau belum.

Dengan melihat permasalahan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dan dijadikan karya ilmiah dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumen Mahasiswi Terhadap Pembelian *Skincare* Dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah dan Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang mendorong mahasiswi membeli produk *skincare* ?
2. Bagaimana pandangan konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswi dalam pembelian *skincare* ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong mahasiswi membeli produk *skincare* wajah.

2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswi dalam pembelian *skincare* wajah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat untuk berbagai pihak terutama untuk kalangan remaja baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penulisan penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan untuk menambah wawasan bagi semua pihak terutama untuk penelitian yang meneliti tentang pandangan konsumsi Islam terhadap perilaku pembelian *skincare* bagi mahasiswi.
- b. Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan pandangan konsumsi Islam terhadap perilaku pembelian *skincare* bagi mahasiswi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Dapat memberikan pemahaman dan wawasan kepada masyarakat terkhusus kepada mahasiswi Ekonomi Syariah dan Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tentang perilaku pembelian *skincare* yang berlebihan.
- b. Sebagai masukan bagi mahasiswi Ekonomi Syariah dan Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tentang pemahaman

pandangan konsumsi Islam terhadap perilaku pembelian *skincare* secara berlebihan.