



**MOTIF KONSUMSI PAKAIAN PADA REMAJA
JORONG SUNGAI EMAS NAGARI SARUASO
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Jurusan Ekonomi Syariah*

OLEH:

**Pertiwi
NIM. 1830402080**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pertiwi
Nim : 1830402080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Syariah
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam”** adalah hasil karya saya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan seperlunya.

Batusangkar, 11 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Pertiwi
NIM. 1830402080

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Pertiwi**, NIM: 1830402080, judul "**Motif Konsumsi Pakalan pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam**" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke tahap sidang Munaqasah

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Batusangkar, 11 Juli 2022
Pembimbing


Gampito, SE., M.Si
NIP. 19670219 20050 1 005


Dr. H. Rizal Fahlefi, S.Ag., M.S.I
NIP. 19730629 200112 1 002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar




Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

ABSTRAK

Pertiwi, NIM 1830402080. Judul Skripsi: “ Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam” Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah tingginya tingkat konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso, dengan kondisi ekonomi menengah kebawah yang dipengaruhi oleh motif tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso, serta bagaimana motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan adalah teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan adalah yang menjadi motif konsumsi pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso yaitu motif *fisiologis* dan motif *mental-spiritual (psikologis)*. Motif *fisiologis*, perlindungan diri mayoritas remaja didasarkan untuk melindungi diri. Motif *mental-spiritual (psikologis)* motif kepemilikan, persaingan dan status, hubungan, keagamaan dan ekonomi, mayoritas remaja mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk keinginan semata serta belum sesuai dengan aturan dalam konsumsi Islam yaitu prinsip kesederhanaan pada motif kepemilikan untuk koleksi pakaian tetapi tidak sesuai dengan tingkat taraf ekonomi, motif status untuk mendapatkan pujian dan motif keagamaan remaja belum menutup aurat dengan sempurna dan pakaian yang tidak sesuai aturan syariat Islam.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil' alamin, Puji dan syukur kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kelancaran penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari masa jahiliyah kepada masa berilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini.

Hidayah dan pertolongan Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisan, penulis menemukan berbagai macam tantangan dan kesulitan, akan tetapi semuanya itu dapat teratasi berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam dan setulus-tulusnya. Yang istimewa kepada Ayahanda tersayang **Arlendri** dan Ibunda tercinta **Asneli** yang sudah di surga. Selanjutnya kepada kakakku **Srimpi Loveka**, abangku **Maggi Capri** dan adikku **Habibillah** yang selalu mendukung, menyayangi dan mencintai saya dengan tulus, seluruh anggota keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta dorongan moril dan materi kepada penulis, sehingga menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan program pendidikan Sarjana Ekonomi ini. Selanjutnya ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada:

1. Prof Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
2. Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. H. Rizal Fahlefi, S.Ag., M.SI selaku Dosen Pembimbing yang memberikan kemudahan kepada penulis, membimbing penulis dengan sangat sabar dan tanpa mengenal lelah dan letih untuk meluangkan waktunya dan telah bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.

4. Gampito, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar
5. Inong Satriadi, S.Ag., MA. selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan.
6. Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag selaku *Reviewer I*, yang telah memberikan arahan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Idris, SE.Sy., MM selaku *Reviewer II*, yang telah memberikan arahan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama mengikuti proses perkuliahan di IAIN Batusangkar.
9. Staf akademik yang telah bersedia membantu selama penulis menimba ilmu di IAIN Batusangkar.
10. Bapak Agusrimayanto, A.Ma.Pd., S.H dan seluruh aparat Wali Nagari Saruaso yang memberikan izin kepada penulis untuk penelitian di Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso.
11. Teruntuk teman terbaik dan seperjuangan Salmi Gusri, teman yang selalu memberi dukungan penuh disegala kondisi Melli Astuti dan Dwifa Oktaveni yang selalu setia membersamai perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Mudah-mudahan Allah SWT membalas segala bantuan yang telah diberikan dengan pahala dan kebaikan yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.

Batusangkar, 08 Juli 2022

Penulis



Pertiwi
NIM. 1830402080

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Sub Fokus.....	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat dan Luaran Penelitian	13
F. Definisi Operasional.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Landasan Teori.....	18
1. Motif.....	18
2. Konsumsi.....	26
3. Motif Konsumsi	34
4. Konsumsi dalam Ekonomi Islam	37
5. Pakaian	53
6. Remaja Perempuan	56
7. Psikologi Ekonomi	58
8. Ekonomi Islam	62
B. Penelitian yang Relevan.....	67
C. Kerangka Teori.....	72
BAB III METODE PENELITIAN	73
A. Jenis Penelitian.....	73
B. Tempat dan Waktu Penelitian	74

C. Instrumen Penelitian.....	75
D. Sumber Data.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Teknik Analisis Data.....	77
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
A. Profil Nagari Saruaso	80
1. Visi dan Misi Nagari Saruaso	80
2. Gambaran Umum Nagari Saruaso	81
3. Struktur Pemerintahan Nagari Saruaso	84
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	85
1. Temuan.....	85
2. Pembahasan.....	92
BAB V PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penduduk Jorong Sungai Emas	6
Tabel 1.2	Data Profesi/Pekerjaan Penduduk Jorong Sungai Emas	6
Tabel 1.3	Data Penduduk Remaja Usia 15 – 19 Tahun	6
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	74
Tabel 4.1	Luas Wilayah Per Jorong	82
Tabel 4.2	Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Berdasarkan Jorong	83
Tabel 4.3	Sentra Produksi Komoditi Padi dan Palawija	83
Tabel 4.4	Struktur Pemerintahan Nagari Saruaso	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	72
--------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi yang sedang berlangsung pada saat sekarang, banyak dari bidang- bidang seperti, bidang teknologi, bidang ekonomi, bidang industri dan bidang lainnya sudah mengalami kemajuan yang semakin pesat. Dengan adanya banyak kemajuan ini pastinya akan sangat berpengaruh dan memudahkan masyarakat dalam melakukan sesuatu contohnya, pada bidang ekonomi dimana masyarakat atau konsumen tidak dimudahkan dalam mencari produk atau barang dan jasa yang diinginkan ataupun dibutuhkannya. Hal ini terjadi dikarenakan semakin tinggi tingkat produksi dan peredaran produk-produk barang dan jasa yang akan ditawarkan.

Banyaknya jumlah produksi dari barang dan jasa akan mempengaruhi jumlah barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada masyarakat atau konsumen. Pembelian atau pemakaian suatu barang terkadang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok saja, baik itu kebutuhan primer maupun sekunder namun sekarang menjadi suatu kegiatan dalam menyalurkan hobi seperti mengoleksi suatu barang dan mencari kepuasan tersendiri serta untuk memenuhi suatu keinginan yang menimbulkan rasa puas atau kepuasan yang bersifat sementara (Anggraini dan Santoso, 2017: 131).

Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku ekonomi yang alami dalam kehidupan manusia. Aktivitas konsumsi akan dilakukan oleh semua makhluk hidup dan itu pasti, termasuk manusia karena kegiatan konsumsi salah satu cara bertahan hidup. Setiap manusia yang melakukan, menggunakan serta memakai baik itu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani merupakan pengertian dari konsumsi. Tercapainya kepuasan maksimum dari perpaduan barang dan jasa yang

digunakan dan dibutuhkan merupakan tujuan dari konsumsi itu (Ilyas, 2016:152).

Ada banyak variabel makroekonomi salah satunya yaitu pengeluaran konsumsi oleh masyarakat atau penduduk. Semua masyarakat tidak bisa lepas dari namanya aktivitas konsumsi yang terjadi agar mampu atau dapat memperoleh kepuasan dalam menggunakan suatu barang dan jasa serta tercapainya tingkat kemakmuran (Indrianawati, 2015: 2013).

Bila dilihat terjadinya pergesaran perilaku konsumen dalam konsumsi seperti perilaku konsumen tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, namun berdasarkan motivasi untuk bisa menemukan sebuah tantangan, sensasi, kegembiraan, sosialisasi, gaya hidup dan juga untuk menghilangkan stres. Selain itu juga bisa memberikan sebuah pengetahuan baru tentang perkembangan gaya atau *trend* dan mode baru dan juga untuk mencari barang yang bagus serta memiliki nilai tersendiri bagi konsumen tersebut (David, 2015: 43).

Kegiatan konsumsi manusia memiliki bagian-bagian tertentu seperti bagian sekunder. Bagian tersebut bisa saja berubah-ubah atau berganti mengikuti perkembangan zaman. Bagian sekunder tersebut adalah gaya hidup seseorang. Ia mampu dan dapat merubah gaya hidupnya sesuai keinginan dengan tujuannya memperbaiki gaya hidup tersebut. Kebiasaan dalam berpakaian, kebiasaan pola konsumsi dan sebagainya adalah bagian dari gaya hidup. Gaya hidup seseorang dapat menggambarkan bagaimana orang tersebut hidup, bagaimana ia mampu menggunakan atau mengalokasikan uang, waktu dan sebagainya (Fadhli, Himmah dan Taqiyuddin, 2021: 112).

Pakaian merupakan bagian dari kebutuhan primer manusia, kebutuhan yang kedua setelah makanan. Pakaian memiliki fungsi sebagai pelindung baik dari panas maupun dingin serta cuaca buruk yang bisa memberikan efek buruk atau membahayakan kesehatan manusia. Didalam Al-Qur'an ada tiga istilah dalam menggunakan atau menyebutkan pakaian yaitu *libas*, *tsiyab* dan *sarabil*. *libas* adalah kata yang digunakan dalam

menunjukkan pakaian lahir dan batin, sedangkan kata *tsiyab* digunakan untuk menunjukkan pakaian yang berfungsi untuk penutup aurat. Akan tetapi karena godaan setan aurat manusia bisa menjadi terbuka. Pakaian diberikan istilah *tsiyab* bermakna sesuatu yang mengembalikan aurat kepada ide dasarnya yaitu tertutup (Chalil, 2009:123).

Adanya kemajuan peradaban, manusia menjadikan pakaian yang indah sebagai sarana mempercantik diri dengan berbagai mode yang terus berkembang sehingga menjadikan pemakaiannya tampak lebih modis, cantik dan menarik. Makna pakaian adalah *sarabil* yaitu pakaian sebagai pelindung atau mencegah tubuh dan kulit dari sengatan panas, dingin serta bahaya. Pakaian apabila disalah gunakan akan menjadi bencana di dunia dan bencana di akhirat (Chalil, 2009:124).

Fashion adalah bagian yang tidak bisa dilepaskan dari gaya berpakaian atau penampilan dan gaya sehari-hari. Penggunaan baju dan aksesoris yang dikenakan bukan hanya sekedar menjadi penutup tubuh dan hiasan namun, mampu menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas diri atau pribadi. Manusia bisa menilai seseorang dari gaya berpakaian atau berbusana seseorang. Arti bahwa gaya berpakaian bisa menjadi bahan dalam menilai seseorang dalam pertemuan awal. *Fashion* menjadi salah satu cara dalam mengekspresikan dan memperlihatkan jati diri (Hendrariningrum, 2008: 25).

Perilaku konsumsi remaja dapat dilihat dari jumlah uang yang mereka keluarkan untuk memenuhi keinginan atau hasrat dalam berbelanja, serta seberapa banyak uang yang telah mereka gunakan memang semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ingin dipenuhi. Kecenderungan dalam keinginan memiliki barang-barang serta berlebihan dalam membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa menjadi ciri khas dari konsumsi remaja. Remaja umumnya akan berperilaku konsumtif jika memiliki keinginan atau hasrat dalam mengkonsumsi suatu barang.

Kebiasaan remaja dalam perilaku konsumtif ini sebenarnya hanya untuk memenuhi hasrat, keinginan serta nafsu terhadap barang-barang yang belum tentu dan sesuai kebutuhannya. Selain itu remaja juga akan lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian baik itu baju, celana, jaket dan sebagainya dengan mode terbaru terlebih dengan merek terkenal yang dianggap lebih keren. Pakaian dengan mode terbaru dianggap lebih menarik dan modis serta mengikuti *trend*. Pakaian dengan merek terkenal akan dianggap jauh lebih menarik, berkualitas serta keren dan mampu meningkatkan rasa percaya diri lebih terutama saat mereka mengenakan pakaian itu.

Perilaku konsumtif remaja yang seperti ini sudah tidak didorong oleh faktor kebutuhan, namun didorong oleh faktor keinginan saja. Hal seperti ini bisa kita lihat dari motif serta ciri-ciri konsumtif pada remaja saat membeli suatu barang. Disisi lain remaja juga menjadi sasaran bagus utama penjual atau pedagang dalam memasarkan barang, hal ini karena sifat remaja yang mudah untuk dipengaruhi oleh rayuan pedagang dan mudah terbujuk serta tertarik dengan iklan dan juga remaja tidak berfikir hemat saat membelanjakan uangnya. Perilaku konsumtif cenderung bermakna pemborosan yang berdampak negatif terhadap remaja (Lestarina, et.al, 2017: 1-5).

Pandangan ekonomi Islam, kegiatan konsumsi bukan hanya sekedar menghabiskan nilai guna dari barang dan jasa, akan tetapi terdapat satu nilai yang penting. Dalam pandangan Islam, bumi dan seluruh isinya adalah amanah atau titipan Allah Swr kepada manusia agar bisa dimanfaatkan dengan sebaik mungkin agar mampu mencapai kesejahteraan umat (Furqon, 2018: 3-4.).

Islam memiliki batasan dan larangan kepada umatnya ketika melakukan kegiatan konsumsi, yaitu larangan dalam konsumsi yang berlebihan karena konsumsi ini diluar kebutuhan dan termasuk kedalam pemborosan, karena pemborosan merupakan pengurasan sumber daya

alam yang tidak mampu dikendalikan dengan baik dan merupakan perbuatan sia-sia (Gampito, 2014: 31).

Ada beberapa prinsip konsumsi dalam Islam, prinsip ini berdasarkan pada ayat-ayat Al- Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Salah satu dari prinsip ini yaitu prinsip kuantitas. Prinsip kuantitas ini bukan sebatas mengenai barang yang dikonsumsi harus halal, namun terdapat batasan syariah didalam prinsip kuantitas. Dalam penentuan prinsip ini ada beberapa faktor salah satunya faktor ekonomis yaitu sederhana. Kuantitas konsumsi yang baik dan terpuji dalam Islam adalah dalam kondisi yang wajar yaitu sederhana. Maknanya berada diantara boros dan pelit atau ditengah keduanya. Hamba Allah yang sejatinya benar-benar mukmin akan berusaha agar tidak melampaui batas dalam mengeluarkan harta tapi juga tidak kikir (As-Shiddieqy, 2011: 266).

Makna kesederhanaan yang dijelaskan dalam al-Quran sesuai fiman Allah SWT dalam surat Al- Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: *Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.*

Dalam Islam seseorang dianjurkan untuk mampu memenuhi kebutuhan hidupnya tapi tidak hanya sekedar untuk memenuhi keinginan dan kepuasan diri. Ekonomi Islam menjelaskan bahwa tujuan kegiatan konsumsi tidak hanya untuk memaksimalkan kepuasan (*utility*), namun harus bisa menemukan dan memaksimalkan manfaat serta berkah yang akan diperoleh selama melakukan kegiatan tersebut. Kuantitas konsumsi seharusnya wajar dan sederhana serta tidak berlebih-lebihan (Ilyas, 2016: 155).

Tabel 1.1
Penduduk Jorong Sungai Emas

Laki-laki	Perempuan	Jumlah
435 jiwa	432 jiwa	867 jiwa

Sumber: Data Jorong Sungai Emas

Tabel 1.2
Pekerjaan/ Profesi Penduduk Jorong Sungai Emas

Pekerjaan/ profesi	Jumlah Jiwa	Persentase
Petani	439	51 %
Pegawai/Guru	20	2,1 %
Wiraswasta	17	1,9 %
Pelajar	217	25 %
Lainnya	174	20 %
Jumlah	867	100 %

Sumber: Data Jorong Sungai Emas

Tabel 1.3
Penduduk Remaja Usia 15 – 19 Tahun

Remaja Laki-Laki	Remaja Perempuan	Jumlah Remaja
59 orang	55 orang	144 orang

Sumber: Data Jorong Sungai Emas

Informasi dari tabel 1.1 mengenai jumlah penduduk jorong Sungai Emas merupakan data yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan Nora selaku staff di kantor wali nagari Saruaso menyebutkan bahwa “Berdasarkan data resmi dari Capil per 30 Juni 2021, penduduk jorong Sungai Emas terdapat 286 kartu keluarga (kk), penduduk berjumlah 867 jiwa, terdiri dari laki-laki berjumlah 435 jiwa dan perempuan 432 jiwa dalam rentang usia 0 sampai 85 tahun”(Nora, Wawancara pra-riset, 3 April 2022).

Untuk tabel 1.2 dan 1.3 penulis dapatkan informasi melalui wawancara yang penulis lakukan dengan kepala Jorong Sungai Emas yaitu Malin Sinaro “Ada beberapa profesi atau pekerjaan yang dilakukan masyarakat jorong Sungai Emas diantaranya 439 jiwa (51%) sebagai petani, 20 jiwa (2,1%) sebagai pegawai dan guru, 17 jiwa (1,9%) sebagai wiraswasta, 217 jiwa (25%) sebagai pelajar dan mahasiswa, dan 174 jiwa (20%) masuk kedalam profesi lainnya. Dari 867 jiwa terdapat 114 jiwa penduduk dengan rentang usia 15 sampai 19 tahun (remaja) . Dari

114 orang remaja terdapat 59 remaja laki-laki dan 55 remaja perempuan” (Malin Sinaro, Wawancara pra-riset, 27 Maret 2022).

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan salah seorang remaja di Jorong Sungai Emas yaitu Vira Firdayanti yang merupakan siswa kelas 3 SMK negeri di Batusangkar mengatakan bahwa *”Motivasi ataupun motif dalam membeli pakaian pertama dilihat dari trend yang ada. Setelah itu Vira akan mengumpulkan uang dengan cara menyisihkan sebagian uang sakunya. Apalagi pada saat sekarang adanya promosi jual beli barang lewat aplikasi online membuat keinginan dalam mengikuti trend semangat tinggi. Potongan harga dan gratis ongkos kirim menjadi salah satu momen yang ditunggu-tunggu tiap bulan untuk membeli pakaian. Jika tidak ada promo potongan harga dan gratis ongkos kirim Vira memilih menunggu bulan selanjutnya sampai ada promo barulah ia akan berbelanja online. Apabila Vira menemukan baju dengan gaya atau mode yang sama dijual di pasar atau toko, jika harga cocok maka Vira akan membelinya”* (Vira Firdayanti, Wawancara pra-riset, 24 Desember 2021).

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Suci Ramadhani Edli merupakan salah seorang remaja di Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso, Suci adalah siswa kelas tiga SMA Negeri di Batusangkar , ia mengungkapkan bahwa *“Dalam membeli pakaian ia lebih tertarik dengan mode dan trend terbaru, harga menjadi pertimbangan nomor dua setelah mode pakaian yang diinginkan. Ia juga tidak masalah dengan membeli pakaian bekas jika sesuai dengan selera dan mode yang diharapkan, serta pakaian bekas memiliki kualitas yang bagus bahkan bisa mendapatkan pakaian dengan merek terkenal dengan harga yang tidak terlalu mahal”* (Suci Ramadhani Edli, Wawancara pra-riset, 25 Desember 2021).

Adapun pilihan membeli pakaian bekas dengan alasan merasa lebih keren jika menggunakan pakaian bermerek namun dengan harga terjangkau. Suci lebih suka barang bekas bermerek dari pada pakaian baru harga yang tidak mahal namun kualitasnya tidak sesuai harapan. Setelah mengenal pakaian bekas ia lebih sering membeli pakaian dari biasa dan menjadikan dirinya lebih konsumtif. Ia menyebutkan bahwa *“Tidak semua pakaian yang dibeli pada akhirnya terpakai, ada banyak pakaian yang dibeli hanya dipakai dua sampai tiga kali bahkan ada yang tidak pernah dipakai karena sudah ada mode baru lagi, pakaian lama dianggap sudah ketinggalan mode”* (Suci Ramadhani Edli, Wawancara pra-riset, 25 Desember 2021).

Berdasarkan wawancara dengan Yulia, ia mengatakan bahwa *“Dalam membeli pakaian yang diutamakan adalah harga dan mode dari pakaian untuk mengikuti gaya hidup atau gaya berpakaian teman-temannya, biasanya ia melihat mode pakaian melalui iklan atau foto seseorang saat mengenakan pakaian tersebut. Hal ini sering muncul atau ada pada aplikasi sosial media seperti instagram, facebook dan tiktok.*

Faktor yang mendorong Yulia dalam konsumsi pakaian tidak hanya iklan namun melihat pakaian yang dikenakan oleh temannya, akan timbul ketertarikan untuk membeli pakaian jika pakaian tersebut terlihat bagus saat dikenakan oleh temannya dan harga yang terjangkau, untuk harga biasanya dibawah seratus ribu rupiah (Rp. 100.000) dan jika ada yang dibawah lima puluh ribu rupiah (Rp. 50.000) maka Yulia akan memilih harga yang lebih murah walaupun bahan dan kualitasnya berbeda. Ia juga tidak terlalu peduli dengan manfaat yang harus di dapatkan dan pemborosan yang terjadi ketika terlalu konsumtif dalam membeli pakaian karena selalu mengikuti model busana tersebut” (Yulia, Wawancara pra-riset, 25 Desember 2021).

Wawancara penulis dengan remaja selanjutnya yaitu Habibillah, merupakan remaja laki-laki dengan usia 16 tahun. Habil merupakan siswa kelas dua SMK Negeri Batusangkar, ia mengungkapkan bahwa “*Untuk konsumsi pakaian tidak terlalu terpaku dengan mode yang sering muncul diiklan sebab untuk pembelian pakaian itu lebih kepada pembelian pakaian yang dilakukan kakak atau orang tuanya. Pembelian pakaian yang pasti yaitu ketika lebaran dan hari besar lainnya kecuali baju-bajunya sudah tidak layak pakai baru ia akan membeli baju atau pakaian lagi. Alasan lain Habil tidak terlalu sering membeli pakaian karena ia lebih sering dan suka memakai baju bekas kakak laki-laki yang masih bagus-bagus dengan demikian uang sakunya bisa disimpan dan digunakan untuk keperluan lain seperti pembelian paket data internet dan sebagainya. Walaupun demikian ia sekali-sekali juga membeli baju sendiri sesuai selera atau mode yang diinginkan” (Habibillah, Wawancara pra-riset, 21 Maret 2022).*

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan Nabila remaja 16 tahun. Nabila mengatakan bahwa “*Ketika membeli pakaian sebenarnya ia sering tergiur dengan mode baru atau trend-trend yang sering muncul di media sosial, apalagi ketika temannya juga membeli produk atau pakaian dengan trend dan mode yang ia sukainya, keinginan untuk membeli pakaian akan semakin besar. Namun, kendala yang sering ada ketika ingin membeli pakaian yaitu uang saku ataupun harga pakaian yang tidak sesuai dengan kemampuan uang sakunya. Nabila mengatakan ia kerap menunda membeli pakaian sampai uang yang ia miliki cukup. Juga karena keinginan untuk membeli makanan dan mengunjungi tempat-tempat makan yang baru akan mempengaruhi jumlah uang tabungan yang disimpan untuk membeli pakaian. Apabila Nabila menemukan baju dengan mode yang berbeda namun kemiripan dengan gaya busana yang diinginkannya diawal maka ia akan membeli baju tersebut. Ketika diberi pilihan membeli pakaian yang baru dengan kualitas bahan dibawah kualitas pakaian bekas dan harga yang tidak jauh berbeda, Nabila lebih memilih membeli pakaian baru dengan kualitas bahan kurang bagus dibanding pakaian bekas dengan alasan bahwa lebih mementingkan kebersihan pakaian tersebut sebab ia takut dengan isu pakaian bekas dari*

luar negeri banyak bakteri” (Nabila Hafizah, Wawancara Pra-riset, 22 Maret 2022).

Fenomena yang terjadi ditengah masyarakat terutama remaja berdasarkan obsevasi awal, penulis melihat bahwa konsumsi pakaian oleh remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso telah dipengaruhi oleh dorongan mengikuti gaya hidup atau gaya berpakaian teman, pakaian bermerek untuk meningkatkan kepercayaan diri serta mengikuti *trend* yang sedang berlangsung, iklan dan keinginan dalam memuaskan diri dalam membeli suatu produk atau pakaian. Remaja cenderung dipengaruhi oleh *trend* yang muncul pada iklan-iklan yang ada dimedia sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan media sosial lainnya, dan juga dari gaya berpakaian teman sebaya. Selain itu, mudahnya menggunakan aplikasi belanja online yang menawarkan pakaian-pakaian *trend* membuat remaja mengarah pada pola konsumsi yang tidak moderat.

Hal ini dibenarkan oleh Vira melalui wawancara yang telah dilakukan “*Dalam mengikuti trend kebanyakan remaja ataupun teman sebayanya yang tinggal dilingkungan rumah seperti berlomba-lomba untuk menjadi remaja yang lebih modis dan mengikuti mode, seperti trend yang sedang terjadi sekarang yaitu trend mengenakan hijab sport dan celana kulot hightwaist. Untuk dirumah biasanya mengenakan hijab bergo, Vira dan banyak remaja putri di Jorong Sungai Emas sekarang memilih membeli dan mengenakan hijab sport karena ini mode hijab terbaru, begitu pula dengan celana kulot hightwaist. Hijab dan celana kulot yang biasa dipakai sebelumnya akan jarang dikenakan bahkan tidak dikenakan oleh beberapa remaja. Hal ini terjadi karena sudah ada mode dan trend baru, menurutnya mengikuti trend akan menimbulkan rasa percaya diri yang lebih dan kelihatan lebih modis”* (Vira Virdayanti, Wawancara pra-riset, 03 Januari 2022).

Remaja dipengaruhi oleh dorongan mengikuti gaya hidup atau gaya berpakaian teman, pakaian bermerek untuk meningkatkan kepercayaan diri serta mengikuti *trend* yang sedang berlangsung, iklan dan keinginan dalam rangka memuaskan diri dengan membeli suatu produk atau pakaian yang sedang terjadi. Konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup memang merupakan hal yang sangat wajar dilakukan. Namun, fenomena atau pola konsumsi remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup namun cenderung pada

dorongan mengikuti gaya hidup atau gaya berpakaian teman, pakaian bermerek untuk meningkatkan kepercayaan diri serta mengikuti *trend* yang sedang berlangsung, iklan dan keinginan dalam memuaskan diri dalam membeli suatu produk, jika dibiasakan dan terjadi dalam jangka waktu panjang mengakibatkan remaja mengarah pada pola konsumsi yang tidak wajar atau sederhana, sebab pakaian-pakaian yang masih layak untuk dipakai bahkan masih terbilang baru tidak dikenakan lagi karena sudah dianggap ketinggalan mode.

Konsumsi pakaian remaja Jorong Sungai Emas selain dipengaruhi oleh gaya hidup atau gaya berpakaian teman, pakaian bermerek untuk meningkatkan kepercayaan diri serta mengikuti *trend* yang sedang berlangsung, iklan dan keinginan dalam memuaskan diri (nafsu), juga sangat dipengaruhi oleh kondisi atau kemampuan ekonomi remaja tersebut. Kemampuan ekonomi remaja Jorong Sungai Emas bisa dilihat dari besar uang saku yang diperoleh dari orang tua mereka dan kondisi ekonomi keluarga mereka sendiri. Kemampuan ekonomi keluarga remaja seharusnya dapat tercermin melalui kondisi kebutuhan sandang (pakaian), papan (kondisi tempat tinggal atau rumah), pangan (makanan sehari-hari) serta kebutuhan tersier (pelengkap).

Sebagian besar masyarakat Jorong Sungai Emas berprofesi sebagai petani, baik itu petani di lahan milik mereka sendiri ataupun petani di lahan orang lain, baik itu sebagai petani penggarap sawah, juga ada petani penggarap ladang dan petani penyadap getah. Penghasilan atau pendapatan petani ini menggambarkan kondisi ekonomi keluarga mereka, penghasilan yang tidak menentu dan tidak besar cenderung kepada tidak terpenuhinya secara utuh kebutuhan-kebutuhan hidup baik kebutuhan sandang, pangan, papan apalagi kebutuhan tersier.

Bisa dikatakan bahwa ekonomi keluarga remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso tergolong kepada ekonomi menengah kebawah atau kurang mampu, hal ini diperkuat oleh banyak dari keluarga remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso sebagai penerima bantuan dari program

pemerintah yang diberikan kepada keluarga ekonomi kurang mampu dan keluarga miskin seperti penerima program BPJS gratis, penerima PKH (Program Keluarga Harapan) dan penerima BSPS (Bantuan Subsidi Perumahan Swadaya). Dari gambaran ekonomi keluarga remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso sebagai keluarga ekonomi menengah kebawah atau kurang mampu bisa dipahami juga bahwa kemampuan ekonomi remaja tersebut juga tergolong kepada ekonomi menengah kebawah atau kurang mampu, hal ini dikarenakan remaja masih bergantung pada ekonomi keluarga dan remaja belum bekerja hanya menerima uang saku dari orang tua mereka. Ini merupakan kendala dalam konsumsi pakaian oleh remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso.

Konsumsi pakaian oleh remaja bukan untuk memenuhi kebutuhan saja namun cenderung dengan motif memenuhi keinginan atau hasrat dalam mengikuti *trend* yang terlalu tinggi tetapi terkendala oleh kemampuan ekonomi remaja itu sendiri. Seharusnya remaja lebih menyesuaikan dan sederhana dalam konsumsi pakaian karena mengikuti *trend* dengan kondisi ekonomi remaja itu sendiri, termasuk kepada kondisi atau pemenuhan kebutuhan sandang, pangan dan papan.

Dalam Islam seseorang dianjurkan untuk mencapai kebutuhannya dan bukan untuk memenuhi kepuasan atau keinginan semata, namun pada kenyataan yang terjadi di lapangan tidak banyak dari remaja yang berpikir bahwa dalam kegiatan konsumsi yang dilakukannya hanya untuk mengikuti gaya hidup atau gaya berpakaian teman, meningkatkan kepercayaan diri atau pengakuan lingkungan serta *trend* yang sedang berlangsung, memuaskan diri (nafsu), bukan untuk memenuhi kebutuhan dan jika berlanjut dalam jangka waktu panjang, akan menjadi pola konsumsi yang tidak wajar atau sederhana. Konsumsi pakaian pada remaja dengan motif atau faktor pendorong kegiatan konsumsi dalam wawancara sebelumnya terlihat bahwa kegiatan konsumsi pakaian yang dilakukan remaja ini cenderung untuk kepuasan diri yang diutamakan dari pada *masalah*.

Islam mengajarkan pola konsumsi yang wajar (sederhana) dalam memenuhi kebutuhan hidup, tidak berlebihan dalam konsumsi makanan, minuman ataupun pakaian. Serta kemampuan ekonomi remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso yang tergolong kepada ekonomi menengah kebawah atau kurang mampu menjadi kendala atau pemicu terjadinya masalah dalam konsumsi pakaian oleh remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso untuk mengikuti gaya hidup atau gaya berpakaian teman, pakaian bermerek untuk meningkatkan kepercayaan diri serta mengikuti *trend* yang sedang berlangsung, iklan dan keinginan dalam memuaskan diri dalam membeli suatu produk atau pakaian

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka untuk mempermudah penulis melakukan penelitian dan meluasnya permasalahan maka penulis memfokuskan penelitian ini kepada motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam perspektif ekonomi Islam.

C. Sub Fokus

Sesuai dengan fokus masalah diatas maka sub fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Apa saja motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso?
2. Bagaimana motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari dalam perspektif ekonomi Islam?

D. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian terhadap suatu permasalahan yang dilakukan tentunya ada sasaran akhir yang hendak dicapai dari hasil penelitian yang dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apa saja motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso.
2. Untuk mengetahui bagaimana motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam perspektif ekonomi Islam.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara:

1. Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan pikiran terhadap ilmu pengetahuan ekonomi Islam mengenai:

- a. Apa saja motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso.
- b. Bagaimana motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari dalam perspektif ekonomi Islam.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- 2) Menambah pengetahuan peneliti tentang apa saja motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso.

- 3) Menambah pengetahuan peneliti tentang bagaimana motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam perspektif ekonomi Islam
- b. Bagi Instansi
- 1) Dapat dijadikan referensi bacaan pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
 - 2) Dapat dijadikan bahan dasar penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan motif konsumsi pakaian ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.
 - 3) Bagi remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso sebagai bahan masukan dan saran untuk mempertimbangkan kegiatan konsumsi pakaian serta motif yang mempengaruhi konsumsi pakaian kedepannya.

Luaran penelitian dari penelitian ini adalah untuk dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah.

F. Defenisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul yang terdapat pada proposal skripsi ini, maka penulis mengemukakan penjelasan dalam istilah judul proposal sebagai berikut:

1. Motif

Motif merupakan energi yang menjadi penerak serta pembangkit aktivitas setiap makhluk hidup. Motif akan melahirkan suatu perilaku dan mengantarkan makhluk hidup kepada berbagai tujuan. Motif berfungsi sebagai pelaksana fungsi-fungsi tertentu bagi makhluk hidup. Maka dari itu motif-motif tersebut menjadi faktor pendorong pada makhluk hidup agar menyempurnakan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok dan bermanfaat terhadap kehidupan dan serta kelestariannya (Najati, 2005: 23).

2. Konsumsi

Konsumsi yaitu kegiatan membeli barang dan jasa oleh rumah tangga. Konsumsi yaitu penggunaan barang-barang dan jasa yang dibutuhkan oleh seseorang atau masyarakat bertujuan agar mampu memenuhi kebutuhan. Menghabiskan nilai guna barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, baik kebutuhan pokok, kebutuhan sekunder maupun tersier merupakan makna dari konsumsi. Indikator konsumsi ada tiga tingkat, yaitu dilihat dari jenis pengeluaran untuk barang dan jasa sebagai berikut: 1.) Kebutuhan primer yang menjadi konsumsi pokok, untuk memenuhi kebutuhan primer memiliki standar minimal yaitu harus dan mampu memenuhi kebutuhan agar dapat hidup; 2.) Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan kedua setelah kebutuhan primer terpenuhi, kebutuhan sekunder disebut juga dengan konsumsi sekunder; 3.) Kebutuhan tersier atau kebutuhan terhadap barang-barang mewah, kebutuhan ini juga bisa diartikan dengan konsumsi tersier atau pelengkap (Indrianawati, 2015: 216).

3. Motif Konsumsi

Motif didefinisikan sebagai kebutuhan yang dapat menekan orang mencari kepuasan. Motif merupakan dorongan internal dari konsumen yang menggerakkan konsumen tersebut untuk melakukan suatu perilaku sebagai bentuk respon terhadap sesuatu. Motif konsumsi menjadi penyebab yang mendasari seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi dan disesuaikan dengan kepuasan individu dan perilaku konsumsi seseorang (Andi, 2014: 356- 357).

4. Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Memenuhi kebutuhan hidup dengan mengeluarkan sesuatu atau uang merupakan hakikat dari kegiatan konsumsi. Ada dua jenis pengeluaran dalam Islam atau pengeluaran yang dilakukan oleh seorang konsumen muslim yaitu, pengeluaran jenis pertama dan pengeluaran jenis kedua. Pengeluaran jenis pertama adalah pengeluaran seorang muslim agar mampu memenuhi kebutuhan

duniawinya serta keluarga (pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan dunia namun memiliki efek pada pahala diakhirat). Pengeluaran jenis kedua yaitu pengeluaran yang dilakukan dengan tujuan dan motif semata-mata mencari akhirat (Lutfi, 2019: 95-96).

5. Pakaian

Pakaian atau sandang merupakan kebutuhan pokok manusia kedua setelah makan atau pangan dan tempat tinggal atau papan. Pakaian mempunyai fungsi sebagai pelindung dan penutup tubuh, pakaian mampu menjadi pernyataan atau gambaran terhadap lambang status seseorang ditengah masyarakat. Karena adalah mengenakan pakaian bermakna bahwa seseorang berusaha dalam menutup tubuh atau auratnya, hal ini merupakan perwujudan dari sifat dasar manusia yang mempunyai rasa malu (Fauzi, 2016: 53).

6. Remaja Perempuan

Remaja yaitu fase pertumbuhan dan waktu manusia dengan umur belasan tahun, masa remaja merupakan masa anak-anak menuju dewasa atau masa manusia antara anak-anak dengan masa dewasa. Remaja adalah masa peralihan antara masa anak-anak dan masa dewasa antara umur 11 tahun sampai 21 tahun. Masa remaja mencakup pada kematangan mental seseorang, tingkat emosional, sosial dan kondisi fisik (Surbakti, 2017: 29-30).

Remaja perempuan cenderung dengan sikap selalu ingin memiliki suatu barang-barang dan berlebihan dalam melakukan kegiatan konsumsi atau membeli suatu barang dibandingkan dengan remaja laki-laki secara umum (Lestarina, et.all. 2017: 1).

7. Psikologi Ekonomi

Psikologi ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari dan membahas perilaku ekonomi konsumen dan produsen. Perilaku ekonomi melibatkan keputusan tentang uang, waktu, dan usaha. Karakter siklus perilaku ekonomi bisa dilihat pada tingkat mikro dan makro. Psikologi ekonomi berkaitan dengan psikologi organisasi, riset

pemasaran, riset komunikasi massa, sosiologi ekonomi, dan pendekatan produksi rumah tangga (Welbey, et.all, 2002: 9).

8. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah cabang ilmu yang mempelajari metode dalam memahami dan mampu memecahkan masalah ekonomi yang didasarkan ajaran agama Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadits. Perilaku manusia dan masyarakat yang didasarkan atas ajaran Islam sebagai perilaku rasional Islam yang akan menjadi dasar pembentukan suatu perekonomian Islam (P3EI, 2008: 1).

Ekonomi Islam mengajarkan cara bagaimana agar kebutuhan hidup materil manusia dapat terpenuhi berdasarkan syariat Islam dalam aspek ekonomi. Allah SWT telah menciptakan alam semesta dan bumi menjadi sumber-sumber kehidupan untuk memenuhi semua kebutuhan hidup manusia dan agar mampu terwujud kesejahteraan hidup umat (Yuliadi, Imamudin. 2019: 11).

Motif konsumsi pakaian pada remaja merupakan faktor pendorong, energi penggerak dalam kegiatan memanfaatkan, menggunakan atau menghabiskan daya guna suatu barang atau pakaian oleh remaja. Remaja perempuan cenderung lebih konsumtif dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa dibandingkan dengan remaja laki-laki. Sikap dan perilaku remaja perempuan dalam mengkonsumsi atau membeli pakaian secara berlebihan dan cenderung konsumtif merupakan perilaku konsumtif.

Motif konsumsi pakaian pada remaja dalam perspektif ekonomi Islam adalah suatu pandangan secara ekonomi Islam baik itu kegiatan konsumsi Islam, dan *masalah* yang dilihat melalui motif konsumsi pakaian oleh remaja perempuan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

Pembahasan mengenai judul penelitian ini akan dijelaskan melalui teori-teori yang mendukung permasalahan penelitian ini. Berdasarkan definisi operasional yang telah dijelaskan atau dijabarkan pada BAB I penelitian ini, teori yang mendukung penelitian ini terdiri dari teori mengenai Konsumsi, Pakaian, Remaja, Psikologi Ekonomi dan Ekonomi Islam. Maka dari itu berikut akan dijelaskan secara rinci mengenai teori-teori pendukung tersebut.

1. Motif

Motif dalam bahasa Inggris berasal dari kata *movere* atau *motion* merupakan penggerak manusia agar mampu melakukan berbagai kegiatan yang memiliki arti penting dan memiliki manfaat pekerjaan lain yang penting dan bermanfaat dengan penuh kecocokan. Dalam psikologi motif bermakna sebagai rangsangan dorongan atau pembangkit tenaga agar terjadinya suatu perbuatan (*action*) atau perilaku (*behavior*). Motif juga dikenal dengan istilah motivasi. Motivasi merupakan istilah yang lebih umum menurut Sigmund Freud motif adalah energi yang muncul pada diri seseorang, setiap pelaku akan didorong oleh energi dasar yang disebut *insting* atau naluri.

Pendapat lain mengatakan bahwa motivasi memiliki fungsi pada manusia agar mampu menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Memiliki kebutuhan dan kegiatan pemenuhan kebutuhan dikaitkan dengan motif, kebutuhan untuk mencari keseimbangan akan berdampak pada dorongan untuk melakukan sesuatu. Ketika perbuatan dilakukan, maka akan tercapai keadaan seimbang dalam diri, timbulnya perasaan puas, gembira, aman dan sebagainya (Sarwono, 2010: 137- 140).

Motif terbagi menjadi dua bagian pokok yaitu:

a. Motif *fisiologis*

Motif *fisiologis* adalah motif bawaan atau motif yang telah melekat pada jiwa seseorang yang mempunyai hubungan dengan kebutuhan-kebutuhan *fisiologis* dan tubuh. Motif ini memiliki fungsi dalam memberi arahan terhadap perilaku seseorang atau individu dengan tujuan-tujuan yang mampu memuaskan kebutuhan tubuh seseorang. Dan juga menutupi ketidaksempurnaan yang ada di jaringan tubuh serta mengembalikannya pada keadaan seimbang seperti semula.

Motif *fisiologis* penting untuk kelangsungan hidup, ada berbagai penelitian diantaranya penelitian *fisiologis* modern mengungkapkan bahwa ada kecenderungan alamiah yang terdapat didalam tubuh manusia berfungsi menjaga keseimbangan hidup, penyesuaian keseimbangan hidup akan seimbang dan sempurna apabila didasarkan pada *fisiologis* bukan karena keinginan manusia semata. Salah satu motif *fisiologis* yaitu motif menjaga diri. Motif perlindungan diri penting dalam kelangsungan individu, terdapat isyarat penting dalam motif menjaga diri diantaranya lapar, haus, menghindari panas dan dingin. Motif dalam menjaga diri salah satunya bisa diwujudkan dalam kegiatan konsumsi pakaian untuk melindungi diri dari panas dan dingin (Griskevicius dan Kenrick, 2013: 372).

Motif perlindungan diri mendorong orang untuk mencari keamanan dan membuat pilihan yang aman. Mengaktifkan motif ini membuat orang mengambil risiko lebih sedikit, lebih memilih status dan menghindari kerugian. Ada pasar besar dalam barang-barang konsumen yang dirancang untuk menenangkan kekhawatiran orang tentang ancaman fisik, termasuk pagar, kunci pintu, sistem alarm, pendeteksi gerakan. Tetapi sementara beberapa produk dan layanan berfungsi untuk secara langsung memenuhi kebutuhan akan keamanan, mengaktifkan motif perlindungan diri kemungkinan akan mempengaruhi banyak aspek perilaku

konsumen, seperti dengan mengubah selera produk dan merek (Griskevicius dan Kenrick, 2013: 380).

Motif perlindungan diri mungkin mengarahkan orang untuk mencari produk dan merek yang terkait dengan keselamatan. Konsumen mungkin memilih merek yang terkait dengan keselamatan dari pada merek lain meski pun lebih unggul dalam sebagian besar dimensi. Banyak produk berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pencegahan penyakit secara langsung. Orang-orang bertujuan untuk membatasi penyebaran penyakit dengan membeli tisu, sabun, tisu *sanitasi* dan sebagainya sama seperti motif perlindungan diri. Motif penghindaran penyakit cenderung mempengaruhi selera dan pilihan dengan cara yang lebih luas.

b. Motif *mental-spiritual*

Motif ini berkaitan dengan motif yang terpaut dengan kebutuhan-kebutuhan *spiritual* dan *psikologis* manusia. Motif ini tidak langsung berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan *fisiologis* manusia. Beberapa jenis motif *mental-spiritual* yaitu motif *psikologis*, merupakan motif untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan individu. Motif ini diperoleh atas dasar motif *fisiologis* manusia artinya, mereka menganggap bahwa motif *psikologis* adalah cabang atau bagian motif *fisiologis* sebagai hasil interaksi dan perkembangan sosialnya (Griskevicius dan Kenrick, 2013: 373).

Motif *spiritual* yaitu motif yang berkaitan dengan dimensi *spiritual* manusia, ketakwaan, keadilan dan lainnya. Maslow mengemukakan usulan tentang motif baru yang mencakup motif *spiritual*, ada dua motif kebutuhan menurut Maslow yaitu kebutuhan dasar dan kebutuhan *spiritual*. Kebutuhan dasar mencakup lapar, harus, rasa aman, dan lainnya. Sedangkan kebutuhan *spiritual* kebutuhan alamiah dalam pemuasannya dibutuhkan perkembangan serta kematangan kepribadian yang

memiliki kaitan dengan keindahan, keadilan juga kebaikan. Dalam kebutuhan *mental-spiritual* akan mencuat kebutuhan manusia pada kebutuhan dasar yang didorong oleh motif berikut:

1) Motif kepemilikan

Termasuk kedalam motif *psikologis* yang dipelajari manusia dalam perkembangan sosialnya. Diantaranya keinginan untuk memiliki kekayaan, harta benda, tanah, properti yang beragam termasuk kedalam keinginan memiliki pakaian yang cukup. Motif kepemilikan bersifat alamiah dan *instingif* manusia.

2) Motif persaingan dan status

Persaingan termasuk motif *psikologis* yang dipelajari manusia dari kultur tempat ia berkembang. Pendidikan yang diperoleh akan berfungsi mengarahkan manusia kedalam aspek-aspek yang dipandang baik dalam persaingan karena kemajuannya sesuai nilai-nilai yang dianut masyarakat tempat individu berkembang. Adakalanya individu belajar dari kultur persaingan ekonomi, persaingan politik, persaingan keilmuan ataupun persaingan sosial gaya hidup dan sebagainya (Sarwono, 2010: 138- 140).

Manusia makhluk yang tidak bisa hidup sendiri tanpa bersosialisasi dengan orang lain, manusia tidak hanya ingin berhubungan atau berteman, mereka juga berusaha untuk mendapatkan status dalam kelompok mereka. Dihormati oleh orang lain selalu membawa banyak manfaat. Dan manfaat status terus berlaku di antara manusia modern. Orang dengan status yang lebih tinggi memiliki pengaruh *interpersonal* yang lebih besar, lebih banyak sumber daya material, harga diri yang lebih tinggi dan kesehatan yang lebih seperti mengenakan kemeja bermerek dengan status tinggi dibandingkan kemeja tidak bermerek bahkan meningkatkan kepatuhan terhadap

permintaan seseorang dan kemungkinan dipekerjakan untuk suatu (Griskevicius dan Kenrick, 2013: 382- 384).

Sistem status dipicu oleh isyarat dominasi, prestise, atau persaingan, seperti prestasi, persaingan, atau produk atau orang yang sangat dihormati. Sistem ini juga dapat diaktifkan ketika orang kehilangan status atau kekuasaannya. Sistem status menyelaraskan orang ke tempat mereka berdiri dalam dan meningkatkan kecenderungan orang untuk menghargai asosiasi dengan orang dan objek berstatus tinggi, sambil memutuskan hubungan dengan mereka yang berperingkat lebih rendah. Sementara itu, sistem ini membuat orang menganggap penghinaan orang lain sebagai sesuatu yang mahal.

Selain itu orang mengejar status secara langsung melalui produk mewah dan merek *premium*, motif status cenderung memiliki implikasi yang lebih luas. Misalnya, mengaktifkan motif status mungkin membuat orang menjadi kurang sensitif terhadap harga. Karena menjadi murah umumnya dikaitkan dengan status yang lebih rendah, peningkatan kekhawatiran tentang status mungkin membuat orang menjadi kurang peduli tentang harga.

Mengaktifkan motif status mungkin juga mengubah bias dan kesalahan dalam penilaian. percaya diri dapat berfungsi untuk meningkatkan status seseorang, seperti ketika kelompok memilih pemimpin berdasarkan kepercayaan yang mereka rasakan dari pada kompetensi mereka yang mengaktifkan motif status mungkin membuat orang menjadi terlalu percaya diri, sedangkan mengaktifkan motif mendasar lainnya seperti perlindungan diri mungkin menghasilkan penilaian yang lebih akurat atau bahkan mungkin membalikkan bias manusia yang terdokumentasi dengan baik ini (Griskevicius dan Kenrick, 2013: 372- 386).

3) Motif Hubungan

Untuk bertahan hidup kita perlu membentuk hubungan dan bergaul dengan orang lain. Memiliki teman dan sahabat untuk memberikan pertolongan untuk melewati masa-masa sulit. Teman juga saling mengajarkan keterampilan yang berharga, memberikan dukungan, dan dapat bekerja sama untuk mencapai tugas yang terlalu besar bagi seorang individu.

Banyak produk dan layanan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan hubungan. Tapi motif hubungan cenderung memiliki pengaruh kuat pada berbagai kategori produk yang kurang dapat secara langsung membantu seseorang untuk mendapatkan teman baru atau mempertahankan hubungan sosial yang ada termasuk pakaian, kosmetik, dan elektronik. Motif hubungan mungkin mengarahkan orang untuk secara khusus mencari merek dan gaya yang membantu mereka menyesuaikan diri.

Orang yang peduli dengan hubungan mungkin juga lebih rentan terhadap informasi dari mulut ke mulut, yang membantu memberi tahu mereka apa yang mungkin dipikirkan rekan-rekan mereka tentang produk tertentu. Mengaktifkan sistem hubungan juga dapat mengubah keputusan dan pilihan. Orang-orang tampaknya tidak lagi berperilaku tidak rasional ketika ukuran kelompok merupakan ukuran alami dari jaringan hubungan atau pertemanan

4) Motif beragama

Motif agama merupakan motif *psikologis* yang mempunyai basis atau latar belakang alamiah dalam sifat penciptaan manusia. Dalam hati manusia akan merasakan motif yang mendorong pada pencarian dan kontemplasi beribadah kepada Allah, berhubungan dengan Allah serta

berlindung kepada Allah sambil memohon pertolongan-Nya (Sarwono, 2010: 140-142).

5) Motif ekonomi

Motif ekonomi adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang suatu kegiatan atau tindakan ekonomi dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup. Suatu tindakan dilakukan berdasarkan motif ekonomi jika dari tindakan ekonomi tersebut mendapatkan hasil yang lebih tinggi dari pengorbanan yang dilakukan. Motif ekonomi yang berasal dari diri atau jiwa orang tersebut merupakan motif intrinsik dan motif ekonomi yang dilandasi atau atas dorong serta dipengaruhi oleh orang lain atau lingkungan disebut dengan motif ekstrinsik.

Dalam motif ekonomi terdapat prinsip ekonomi dalam kegiatan konsumsi, seperti ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi dengan menggunakan prinsip ekonomi yang pertama yaitu menentukan skala prioritas kebutuhan mana yang harus diutamakan dan kebutuhan mana yang harus dinomorduakan dalam kurun waktu tertentu. Kedua, menentukan kualitas barang dan jasa mana yang terbaik, dengan harga murah dan terjangkau, ketiga adalah memperhatikan besar jumlah uang yang dimiliki atau anggaran uang yang ada. Dan yang terakhir yaitu melakukan pilihan memilah dengan cara memperoleh barang yang dibutuhkan dengan harga murah atau sesuai dengan kemampuan (Saraswati dan Widaningsih, 2008: 45-48).

c. Faktor-faktor Motif

Menurut Sarwono motif adalah instansi terakhir bagi terjadinya perilaku, motif akan muncul karena ada faktor-faktor pendorong dari hal tersebut yaitu seperti faktor diri individu. Faktor individu adalah faktor yang datang dari diri sendiri seperti umur,

pekerjaan atau profesi seseorang, kondisi ekonomi, gaya hidup (*life style*), kepribadian dan konsep diri. Untuk faktor kebudayaan adalah faktor dasar penentu dari keinginan dan perilaku seseorang. Jika makhluk lain akan bertindak sesuai naluri yang dirasakannya, maka perilaku membutuhkan proses sosialisasi yang juga membutuhkan keluarga serta lembaga sosial lainnya. Sub budaya dan tingkatan sosial yang ada dilingkungan masyarakat.

Selanjutnya yaitu faktor sosial merupakan faktor yang memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap seseorang. Faktor sosial bisa yaitu pertemanan, lingkungan tempat tinggal, dan sebagainya.

d. Pengendalian Motif

Sangat wajar bahwa pemuasan motif-motif merupakan persoalan penting yang dituntut oleh fitrah dan diharuskan oleh sifat penciptaan manusia. Sebab kesinambungan hidup dan kelangsungan hidup membutuhkan pemuasan motif-motif berkaitan dengan persoalan motif-motif tersebut sesuai fitrah manusia. Hukum-hukum Al-Qur'an mengakui dan mendorong pemuasan motif tersebut dalam batasan-batasan yang diterangkan syariat. Motif atau keinginan seraya menahan upaya untuk memuaskan dan mengekspresikan motif tersebut dalam situasi dan keadaan yang tidak memungkinkan. Motif dapat dipuaskan dalam situasi dan kondisi lain yang sesuai dan diperbolehkan.

e. Penyimpangan Motif

Ketika seseorang tidak berhasil dalam menguasai juga mengendalikan motif-motifnya dan berlebihan untuk memuaskan motif-motif tersebut, tenggelam dalam kesenangan serta menjadikan raih kesenangan pemuasan itu sebagai tujuan tersendiri, motif tersebut telah menyimpang dari tujuan-tujuannya yang hakiki. Setelah itu, motif tersebut akan dipandang sebagai *wasilah* untuk kesinambungan hidup individu dan kelangsungan

hidup. Seperti motif psikologi mencinta harta berlebihan dan membuat manusia menyesal lantaran memiliki dan menimbunnya (Najati, 2005:23-97).

2. Konsumsi

a. Pengertian Konsumsi

Definisi konsumsi secara umum diambil dari istilah dua bahasa yang berbeda, yaitu bahasa Belanda dan bahasa Inggris. *Consumptie* adalah kata dasar konsumsi dari bahasa Belanda yang berarti semua kegiatan yang dilakukan dengan tujuan dasar mengambil dan memanfaatkan kegunaan suatu produk atau jasa. Sedangkan *consumption* asal kata konsumsi dari bahasa Inggris yaitu memakai, menggunakan, memanfaatkan atau pengeluaran. Bisa diketahui bahwa konsumsi memiliki cakupan tidak ada batas dan sangat luas hanya dalam satu benda maupun jasa tertentu.

Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna sebagai penggunaan barang serta jasa guna memuaskan kebutuhan manusiawi (*the use of goods and service in the satisfaction of human wants*). Kegiatan yang bertujuan untuk menghabiskan daya guna atau memanfaatkan suatu benda, baik yang berupa barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung merupakan pemahaman tentang konsumsi. Konsumsi bagian dengan tujuan yang esensial dari kegiatan produksi. Dengan kata lain produksi adalah alat bagi konsumsi, produksi dibutuhkan ketika kegiatan konsumsi juga dibutuhkan pula. Namun persepsi seperti ini tidak bisa berlaku sebaliknya karena tidak bisa dikatakan jika aktivitas produksi yang berhenti mengharuskan konsumsi juga berhenti. Hal ini disebabkan oleh tidak ada yang mampu berhenti dalam kegiatan konsumsi sewaktu seseorang masih hidup. Konsumsi merupakan kegiatan membeli barang dan jasa oleh rumah tangga (Ariani, 2014: 3-4).

b. Teori Konsumsi menurut Ahli dalam Ekonomi Makro

Dalam ilmu ekonomi makro, konsumsi merupakan variabel makro ekonomi yang diberi lambang huruf “C” adalah singkatan dari *consumption*. *Consumption* digolongkan kedalam pelaku konsumsi rumah tangga. Pelaku konsumsi dikenal dengan istilah konsumen, konsumen rumah tangga akan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk membeli kebutuhan baik barang atau jasa dengan tujuan pemenuhan kebutuhan hidup atau melakukan pembelian berdasarkan kemampuan ekonomi yang bisa digambarkan melalui pendapatan yang dimiliki ataupun yang didapatkan. Jika kegiatan konsumsi tersebut belum menghabiskan pemasukan atau pendapatannya, maka sisa dari pendapatan tersebut dikategorikan kedalam tabungan. Lambang dari tabungan yaitu huruf “S”, berasal dari singkatan kata *saving* dalam bahasa Inggris.

Ada beberapa pendapat para ahli ekonomi tentang pemahaman teori konsumsi yaitu:

1) John Maynard Keynes

Teori konsumsi absolut merupakan teori milik Keynes. Teori ini juga disebut sebagai Teori Konsumsi Keynes (*absolut income hypothesis*). Keynes berpendapat bahwa gambaran besar atau kecilnya suatu konsumsi dalam rumah tangga, dipengaruhi oleh faktor utama yaitu pendapatan atau pemasukan yang dihasilkan rumah tangga tersebut. Perbandingan besarnya konsumsi dan pendapatan atau pemasukan disebut juga sebagai *Marginal Propensity to Consume* (MPC). MPC berfungsi sebagai alat pengukur untuk mengetahui bahwa jika semakin tinggi pendapatan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi rumah tangga dan begitu pula sebaliknya.

2) Irving Fisher

Menurut pandangan Fisher teori konsumsi terjadi ketika seseorang melakukan sebuah pertimbangan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Pertimbangan ini didasarkan pada kondisi sekarang dan kondisi yang akan datang. Kondisi sekarang menjadi penentu berapa jumlah pendapatan yang akan dikeluarkan atau dihabiskan untuk keperluan konsumsi.

3) Hipotesis Franco Modigliani

Modigliani dengan teori konsuminya yang dikenal sebagai hipotesis daur hidup (*life cycle hypothesis*). Teori ini menjelaskan bahwa besar kecilnya konsumsi tidak hanya bergantung pada berapa besar pendapatan yang diterima, akan tetapi juga didasarkan pada jumlah kekayaan yang dimiliki, kekayaan yang dimaksud yaitu kekayaan yang mampu dihasilkan atau diterima baik itu melalui investasi, warisan, tabungan, penyisihan dari pendapatan dan lainnya.

4) James Dusenberry

Teori yang dikemukakan oleh Dusenberry tentang konsumsi yaitu bahwa tingkatan jumlah konsumsi yang dilakukan seseorang tergantung pada berapa besar pendapatan tertinggi yang pernah dicapainya. Teori Dusenberry berdasarkan dua asumsi yaitu, *interdependen* merupakan tingkat konsumsi seseorang yang dipengaruhi oleh tingkat konsumsi orang lain, seperti contoh seseorang mempunyai tingkat pengeluaran konsumsi sederhana namun hidup di tengah lingkungan masyarakat yang mempunyai tingkat konsumsi tinggi. Maka hal tersebut akan sangat mempengaruhi pola hidup dan konsumsi seseorang yang awalnya dengan tingkat konsumsi rendah namun karena terpengaruh akan menjadi tingkat konsumsi tinggi.

Kedua yaitu *irreversibel*, tingkat pengeluaran konsumsi seseorang sesuai dengan berapa besar jumlah pemasukan atau

pendapatan yang diterimanya. Seperti contoh seseorang dengan pemasukan atau pendapatan yang diterimanya tinggi maka, tingkat pengeluaran konsumsinya juga akan tinggi atau besar. Namun, jika seseorang mengalami penurunan pendapatan maka tingkat pengeluaran konsumsinya pun juga akan menjadi rendah atau ikut menurun karena akan menyesuaikan kondisi serta besaran pendapatan yang diterimanya.

5) Herman Heinrich Gossen

Menurut Gosen, ada dua macam pendapat yang menjadi landasan oleh seorang konsumen dalam berkonsumsi yakni, konsumsi *vertikal* dan konsumsi *horizontal*. Dalam pendapatnya konsumsi adalah kebutuhan. Sedangkan pendapatnya pada konsumsi *vertikal* adalah kondisi ketika seorang konsumen mementingkan pemenuhan kebutuhannya pada tingkat atau level paling tinggi, otomatis jika level tertinggi dalam pemenuhan kebutuhan ini tercapai akan menimbulkan rasa kepuasan dengan level tertinggi pula.

Hal semacam ini akan berdampak pada berkurangnya perhatian pada kebutuhan lain, menimbulkan kepuasan yang rendah terhadap kebutuhan lainnya. Sedangkan pendapatnya pada konsumsi *horizontal* yaitu kondisi seorang konsumen ketika memperhatikan semua kebutuhannya, sehingga konsumen tersebut akan berusaha sebaik mungkin agar dapat memenuhi berbagai kepuasan yang sama rata dengan semua jenis pemenuhan kebutuhan tersebut. Dengan kata lain konsumsi *horizontal* bermakna bahwa seorang konsumen mencapai keseimbangan antara kebutuhan satu dengan kebutuhan lainnya (Salwa, 2019: 64-66).

Konsumsi merupakan aktivitas manusia dalam memanfaatkan dan menggunakan atau memakai barang demi

memenuhi kebutuhan. Kualitas serta jumlah dari barang atau jasa mampu menjadi cerminan dalam melihat kemakmuran seorang konsumen. Semakin bagus kualitas dan semakin banyak jumlah dari barang atau jasa yang dikonsumsi, memiliki makna bahwa semakin tinggi juga tingkat kemakmuran konsumen tersebut, begitupun sebaliknya.

Menurut Nurhadi tujuan dari konsumsi yaitu agar tercapai tingkat kepuasan maksimum dari gabungan barang dan jasa yang dimanfaatkan. Salvatore berpendapat bahwa seseorang mengkonsumsi komoditi tertentu didasari oleh tingkat kepuasan yang diterimanya ketika mengkonsumsi suatu barang. Sampai pada titik tertentu, semakin banyak jumlah komoditi yang dikonsumsi dalam hitungan per unit waktu, akan semakin besar *utility* total yang juga diterima. (Wahyuni, 2013: 75).

c. Faktor-Faktor Konsumsi

Banyak motif seseorang dalam melakukan konsumsi yaitu karena adanya faktor-faktor yang menjadi pengaruh bagi seseorang dalam pembelian suatu produk. Produsen mesti mempelajari terlebih dahulu apa saja faktor-faktor yang menjadi pengaruh supaya program pemasaran yang lakukannya bisa lebih berhasil. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor ekonomi, psikologi, sosiologi serta antropologi. *Consumer behavior* atau teori perilaku konsumen membahas tentang bagaimana cara manusia dalam memilih diantara berbagai banyak pilihan yang akan dihadapi dengan memdayagunakan sumber daya (*resources*) yang ia miliki.

Perilaku konsumsi merupakan tindakan konsumen untuk mengurangi atau menghabiskan barang atau jasa dengan mengambil keputusan lalu diikuti dengan tindakan. Sedangkan Kloter berpendapat bahwa banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni faktor budaya, sosial, pribadi serta

psikologi juga didukung oleh pendapatan. Faktor-faktor tersebut digolongkan kedalam faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari:

1) Faktor budaya

Kebudayaan menjadi faktor dasar penentu dari keinginan dan perilaku seseorang. Jika makhluk lain akan bertindak sesuai naluri yang dirasakannya, maka perilaku membutuhkan proses sosialisasi yang juga membutuhkan keluarga serta lembaga sosial lainnya. Sub budaya dan tingkatan sosial yang ada dilingkungan masyarakat merupakan cakupan dari faktor budaya.

2) Faktor sosial

Faktor sosial terbagi dari kelompok referensi seseorang yang terdiri dari seluruh kelompok dengan pengaruh masing-masing baik pengaruh secara langsung maupun pengaruh tidak langsung terhadap perilaku seseorang, faktor sosial dari keluarga juga menjadi pengaruh besar dan kuat terhadap perilaku konsumen.

3) Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang lebih menjeru secara personal seorang individu yang meliputi:

- a) Umur serta tahapan dalam siklus kehidupan seseorang mampu mengganti barang dan jasa yang dibeli selama ia hidup.
- b) Jenis profesi atau pekerjaan, ini akan memiliki pengaruh yang kuat bagi seseorang dalam pembelian barang dan jasa.
- c) Kondisi ekonomi, terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatannya, kestabilannya dan pola waktu), ditabung dan hartanya. Kondisi ekonomi seseorang memiliki pengaruh yang sangat besar akan

terhadap pemilihan produk. Keadaan ekonomi sering digambarkan dengan kondisi dan terpenuhinya kebutuhan sandang, papan, pangan serta kebutuhan tersier.

- d) Gaya hidup (*life style*), pola hidup seseorang dalam beraktivitas, kesukaan, sikap, minat, konsumsi serta harapan.
- e) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian berkaitan dengan adanya karakteristik yang paling dalam pada diri seseorang, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri khas dari masing-masing individu. karakteristik *psikologis* yang berbeda dari setiap orang yang memandang respon terhadap lingkungan tersebut.

4) Faktor *psikologis*

Faktor *psikologis* lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki individu meliputi:

- a) Motivasi seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi. Motivasi, alasan faktor atau dorongan yang menjadi penggerak dalam perilaku serta dan memberikan arah juga tujuan bagi perilaku seseorang. Adanya kebutuhan yang harus dipenuhi seorang konsumen akan menjadi motivasi seseorang dalam kegiatan konsumsi. Kebutuhan akan muncul karena adanya rasa tidaknyaman antara yang mestinya dirasakan dan yang sebenarnya memang dirasakan.
- b) Pendapat menjadi proses seseorang untuk bisa memilih, mengelompokkan serta mengartikan informasi yang masuk agar terciptanya gambaran yang memiliki makna.
- c) Proses belajar muncul dari pengalaman yang mengakibatkan terjadinya perubahan dalam perilaku seseorang.

- d) Kepercayaan dan sikap suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal. Kepercayaan dipengaruhi oleh pengetahuan dan pendapat. Terbentuknya suatu citra produk yang baik maka konsumsi akan bertindak dengan baik pula sesuai dengan citra yang ada. Dalam konsumsi, seseorang bisa menentukan sendiri keadaan mana yang lebih disukainya atau sesuai dengan selera diantara dua keadaan.

Bisa disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dalam ilmu ekonomi konvensional dilatar belakangi oleh:

- a) Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan
- b) Konsumen bisa membanding sendiri antara biaya dengan manfaat
- c) Tidak semua konsumen mempunyai perkiraan yang tepat terhadap manfaat yang diharapkan. Kadang ketika membeli barang dan jasa, bisa saja manfaat yang diharapkan tidak seimbang dengan harga yang dikeluarkan.
- d) Semua produk bisa memiliki barang pengganti, hal ini menjadi pengaruh karena konsumen bisa mendapat kepuasan dengan produk pengganti.
- e) Konsumen berpedoman pada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (*the law diminishing marginal utility*). Semakin banyak jumlah barang yang dikonsumsi maka semakin kecil tambahan (Septiana, 2015: 5-7).

3. Motif Konsumsi

Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya merupakan *masalahah* (*public interest or general human good*), kebutuhan dan kewajiban. Walaupun secara alami motif dan tujuan melakukan kegiatan

konsumsi atau aktifitas ekonomi pada umumnya dari seorang individu adalah untuk mempertahankan hidup. Pandangan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional pada konteks ini sama-sama sepakat dalam satu pemahaman, bahwa kebutuhan untuk mempertahankan hidup menjadi motif umum ekonomi. Akan tetapi yang kemudian menjadi pembahasan perilaku ekonomi termasuk aktifitas ekonomi secara keseluruhan serta semua hal yang berkaitan dengan preferensi dan kemampuan ekonomi serta ideologi yang menjadi pedoman berekonomi.

Menurut al-Ghazali, kesejahteraan (*mashlahah*) suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar; yaitu agama (*al-dien*), hidup atau jiwa (*nafs*), keluarga atau keturunan (*nasl*), harta atau kekayaan (*maal*) dan intelektual atau akal (*'aql*). Menitik beratkan bahwa sesuai tuntunan wahyu antara kebaikan dunia dan akhirat yang merupakan tujuan utama kehidupan umat manusia. Seluruh barang dan jasa yang akan mempertahankan kelima unsur pokok di atas disebut *mashlahah* bagi manusia. Pengabaian terhadap kelimanya akan menimbulkan kerusakan di muka bumi dan kerugian di akhirat kelak.

Berbeda dengan perspektif konvensional, aktifitas konsumsi seseorang sangat erat kaitannya dengan pemaksimalan kepuasan (*utility*). Hicks mengemukakan bahwa individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktifitas konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal dengan menggunakan tingkat pendapatannya (*income sebagai budget constraint*) (Fahlefi, 2021: 53-54).

Konsep *utility* (kepuasan) yang menjadi tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional ini sangat berbeda dengan konsep *mashlahah* (kemanfaatan/ kesejahteraan) yang menjadi tujuan konsumsi dalam ekonomi Islam. Ekonomi Islam menggambarkan *mashlahah* sebagai pemilikan atau kekuatan dari barang atau jasa yang memelihara prinsip-prinsip dasar dan tujuan hidup manusia di dunia. Sedangkan

dalam ekonomi konvensional menggambarkan *utility* (kepuasan) sebagai kepemilikan barang atau jasa untuk memuaskan keinginan manusia. Setiap orang bebas menentukan kepuasan berdasarkan kriteria masing-masing yang cenderung subjektif. Jika segala sesuatu dapat memuaskan keinginannya, maka manusia akan berusaha secara maksimal untuk mengkonsumsi barang-barang atau jasa tersebut.

Berikut ini beberapa perbedaan mendasar antara konsep *utility* dan *mashlahah*:

- a. Konsep *utility* bersifat sangat subjektif karena bertolak dari pemenuhan *wants* yang memang subjektif. Dalam utilitas terdapat kriteria yang subjektif karenanya dapat berbeda antara satu orang dengan orang lain. Sementara itu konsep *mashlahah* relatif lebih objektif karena bertolak dari pemenuhan *needs* yang memang relatif lebih objektif dibandingkan *wants*. Karena *needs* ditentukan berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif maka akan terdapat suatu kriteria yang objektif tentang apakah suatu benda ekonomi memiliki *mashlahah* atau tidak.
- b. *Mashlahah* individual akan relatif konsisten dengan *mashlahah* sosial, sementara utilitas individu sangat mungkin berseberangan dengan utilitas sosial. Hal ini terjadi karena dasar penentuannya yang lebih objektif sehingga lebih mudah untuk diperbandingkan, dianalisis dan disesuaikan antara satu orang dengan orang lain, antara individu dan sosial.
- c. Apabila *mashlahah* dijadikan tujuan dari seluruh pelaku ekonomi (produsen, konsumen, dan distributor) maka arah pembangunan ekonomi akan menuju pada titik yang sama. Hal ini akan mempercepat dan meningkatkan kualitas pencapaian tujuan pembangunan, yaitu kesejahteraan hidup. Hal ini berbeda dengan utilitas, dimana konsumen mengukurnya dari pemenuhan *wants*-nya sementara produsen dan distributor dari tingkat keuntungan

yang diperolehnya, sehingga berbeda tujuan dan arah yang ingin dicapai.

- d. *Mashlahah* merupakan konsep yang lebih terukur (*accountable*) dan dapat diperbandingkan (*comparable*) sehingga lebih mudah disusun prioritas dan pentahapan dalam pemenuhannya. Hal ini akan mempermudah perencanaan alokasi anggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya tidaklah mudah mengukur tingkat utilitas dan membandingkannya antara satu orang dengan orang lain, meskipun dalam mengkonsumsi benda ekonomi yang sama dalam kualitas maupun kuantitasnya.

Dengan demikian bisa dipahami bahwa parameter kepuasan konsumsi dalam Islam berbeda dengan kepuasan konvensional. Seorang muslim menjadikan aktifitas konsumsi sebagai alat untuk mencari *maslahah* dalam rangka memaksimalkan pencapaian dan kepuasan yang sebenarnya yaitu *falah* (kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan) dunia dan akhirat (Fahlefi, 2021: 54- 56).

Berdasarkan teori Maslow, keperluan hidup itu berawal dari pemenuhan keperluan hidup yang bersifat kebutuhan *dasar* (*basic needs*), kemudian pemenuhan keperluan hidup yang lebih tinggi kualitasnya seperti keamanan, kenyamanan, dan aktualisasi. Sementara dalam Islam tahapan pemenuhan keperluan hidup dari seseorang atau individu boleh jadi memang seperti yang digambarkan Maslow, tetapi perlu dijelaskan lebih rinci bahwa pemuasan keperluan hidup setelah tahapan pemenuhan kebutuhan dasar, akan dilakukan ketika memang secara kolektif kebutuhan dasar tersebut berada pada posisi aman, artinya masyarakat luas (umat) sudah terpenuhi kebutuhan dasarnya.

Konsep kebutuhan (*needs*) berbeda dengan keinginan (*wants*), karena keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan (*utility*),

sedangkan kebutuhan (*needs*) dalam perspektif Islam ditentukan oleh konsep *mashlahah*. Tujuan syariat adalah kesejahteraan manusia (*mashlahah al-'ibad*), oleh karena itu semua barang dan jasa yang memberikan kemaslahatan disebut dengan kebutuhan manusia. Dalam banyak ketentuan perilaku ekonomi Islam, dominasi motif kebutuhan (*needs*) menjadi nafas dalam perekonomian, bukan keinginan (*wants*). Kebutuhan (*needs*) didefinisikan sebagai segala kebutuhan dasar manusia untuk kehidupannya, sedangkan keinginan (*wants*) didefinisikan sebagai kemauan (*desire*) manusia atas segala hal. Dengan demikian, kebutuhan (*needs*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*wants*)

Konsep keperluan dasar dalam Islam ini sifatnya tidak statis, artinya keperluan dasar pelaku konsumsi bersifat dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat, sehingga dapat saja pada tingkat ekonomi tertentu sebuah barang yang dulu dikonsumsi akibat motivasi keinginan, pada tingkat ekonomi yang lebih baik barang tersebut telah menjadi kebutuhan. Jadi parameter yang membedakan definisi kebutuhan dan keinginan tergantung pada kondisi perekonomian serta ukuran kemaslahatan (Fahlefi, 2021: 57-58).

4. Konsumsi Ekonomi Islam

Islam merupakan agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur cara manusia untuk bisa melakukan aktivitas konsumsi yang membawa manusia berguna untuk *maslahat* hidupnya. Aktivitas konsumsi dalam Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an dan hadits (Furqon, 2018: 8).

Dalam ekonomi konvensional perilaku konsumsi membentuk suatu perilaku konsumsi yang materialistis, berlebihan, boros untuk memenuhi permintaan konsumen namun, teori ini tidak bisa diterima

begitu saja dalam ekonomi Islam. Konsumsi dalam ekonomi Islam pasti memakai pedoman yang sesuai pada ajaran Islam dan tentunya juga harus menjadi tujuan kegiatan dari kegiatan konsumsi tersebut (Liling, 2019: 71-72).

Teori konsumsi menurut Puslitbang ekonomi Islam adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam bentuk barang dan jasa yang memberikan *maslahah* atau kebaikan di dunia dan di akhirat bagi konsumen itu sendiri. Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dan wajib dipenuhi, sedangkan keinginan berkaitan dengan hasrat atau harapan seorang konsumen yang apabila dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi suatu barang. Secara umum, memenuhi keinginan akan memberikan tambahan manfaat fisik, mental, intelektual atau materi, sedangkan memenuhi keinginan akan meningkatkan kepuasan atau manfaat *psikologis* diantara manfaat lainnya.

Jika seseorang membutuhkan suatu kebutuhan, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan menghasilkan *maslahah* serta kepuasan, maknanya jika mengkonsumsi sesuatu berdasarkan keinginan bukan kebutuhan maka hanya akan memberikan kepuasan saja tidak dengan manfaat. Tabel berikut merupakan pengelompokan antara kebutuhan dan keinginan.

Tabel 2.1
Karakteristik kebutuhan dan keinginan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat(nafsu) manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferen/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntutan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Sumber: P3EI, 2008 hal 131

Islam mengatur konsumsi dengan tidak menyarankan seseorang dalam memenuhi keinginan yang tak terbatas, pada norma Islam

seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya bertindak secara wajar atau ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*) (Wahyuni, 2013: 75-76).

Fungsi konsumsi dalam teori ekonomi Islam pada dasarnya berfungsi untuk menjadi pembatas antara yang dibolehkan dan yang tidak dibolehkan antara halal dan haram. Hal ini karena dalam Islam dalam memenuhi kebutuhan hidup setiap orang muslim tidak boleh boros karena akan jatuh kedalam *mubadzir*, tidak berlebihan dalam kemewahan dan mempunyai tujuan utama yaitu *masalahah*. Didalam konsep konsumsi ekonomi Islam tingkat kepuasan konsumsi seseorang harusnya berdasarkan kebutuhan dan *masalahah*, bukan sekedar keinginan untuk mengkonsumsi suatu barang dengan kepuasan maksimum seperti dalam konsep teori ekonomi konvensional (Liling, 2019: 72).

a. Pengertian Konsumsi dalam Islam

Konsumsi secara umum adalah memakai serta menggunakan barang dan jasa sebagai kebutuhan hidup seperti pakaian, makanan, minuman, rumah, peralatan rumah tangga, kendaraan, alat-alat hiburan, media cetak, elektronik, dan lain sebagainya. Dengan demikian makna konsumsi bukan hanya berhubungan dengan makan dan minun yang menjadi kebutuhan dan aktivitas sehari-hari namun, konsumsi juga mencakup memanfaatkan menggunakan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, walaupun begitu umumnya masyarakat lebih sering mengidentifikasi konsumsi dengan hal makan dan minum.

Dalam melakukan aktivitas konsumsi masyarakat diberi kebebasan dalam berkonsumsi. Akan tetapi kebebasan ini harus berdasarkan pada etika konsumsi yang sudah diatur dengan jelas dalam ajaran Islam. Etika konsumsi pada Islam merujuk pada dasar *halalan thoyiban* dan sederhana. Dengan begitu memenuhi

kebutuhan ataupun keinginan tetap diperbolehkan selama hal tersebut bisa menambah *maslahah*, karena perilaku konsumsi seorang muslim bila dilihat dari segi tujuan tidak semata-mata untuk mencapai kepuasan dari barang serta kepemilikan barang yang tahan lama, namun juga untuk mencapai dan mendapatkan ridho dari Allah Swt (Liling, 2019: 75-77).

Motif berkonsumsi dalam Islam hakikatnya merupakan untuk *mashlahah*, kebutuhan dan kewajiban. Dalam konsep ini bisa dipahami bahwa kebutuhan berfungsi sebagai cara agar dapat bertahan hidup adalah motif umum ekonomi dalam Islam maupun konvensional (Gampito, 2014: 29-30).

Dalam ekonomi konvensional pendapatan adalah penjumlahan konsumsi dan tabungan atau secara matematis ditulis:

$$Y = C + S$$

Dimana Y adalah pendapatan, C merupakan konsumsi dan S adalah tabungan. Sedangkan dalam konsep Islam ada persamaan pendapatan sebagai berikut yaitu:

$$Y = (C + \mathbf{Infak}) + S$$

Sehingga dapat diformulasikan bahwa pendapatan (Y) adalah konsumsi ditambah dengan infak kemudian ditambah dengan tabungan (S). Dari persamaan diatas bisa diketahui bahwa setiap manusia pasti akan melakukan kegiatan konsumsi agar bisa terpenuhinya kebutuhan hidup, baik itu kebutuhan hidup sandang, pangan, papan dan juga kebutuhan pelengkap. Akan tetapi yang perlu dipahami bahwa dalam Islam tidak dibenarkan untuk bermewah-mewah, berlebihan serta pemborosan karena ini akan berdampak pada sifat manusia suka berhutang. Sisi baik jika seseorang berkonsumsi secara sederhana yaitu dapat menjaga harga diri serta martabatnya dihadapan Allah Swt dan juga dihadapan sesama umat (Furqon, 2018: 14-15).

b. Tujuan Konsumsi Islam

Didalam Islam, konsumsi memiliki beberapa tujuan yang dapat digolongkan menjadi beberapa bagian yaitu; Pertama tujuan konsumsi adalah untuk diri sendiri dan keluarga, Allah melarang perbuatan boros dan berlebihan seperti contoh ketika membeli makanan, pakaian dan lain-lain untuk dirinya dan keluarganya secara tidak wajar. Kedua yaitu konsumsi untuk tabungan, manusia harus menyiapkan masa yang tidak diketahui keadaanya dalam penyiapan masa depan dapat dilakukan melalui tabungan. Ketiga, konsumsi sebagai tanggung jawab sosial. Islam melarang menumpuk atau menyimpan harta berlebihan karena akan berakibat terhentinya arus peredaran harta contohnya membayar zakat, sedekah dan infak (Liling, 2019: 77).

c. Perilaku Konsumsi Islam

Perilaku konsumsi seharusnya mampu memperhatikan aspek-aspek digolongkan pada kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Ketika memenuhi kebutuhan hidup seorang konsumen harus lebih mementingkan kebutuhan dari pada keinginan agar mampu membatasi kebutuhan dan keinginan manusia yang memiliki sifat dasar tidak terbatas. Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki tujuan agar bisa tercapainya untuk kebutuhan materi dan kebutuhan spritual dalam konsumsi, kedua kebutuhan ini akan bisa tercapai dengan menyeimbangkan antara nilai guna total (*total utility*) dan nilai guna marginal (*marginal utility*) dalam konsumsi.

Hal ini akan menjadikan setiap muslim berusaha semaksimal mungkin agar mampu memaksimumkan nilai guna dari semua barang dan jasa yang dikonsumsi, dan akan menjadikan dirinya semakin baik serta semakin optimis dalam menjalani hidup dan memenuhi kebutuhan (Sitepu, 2016: 102-103).

Perilaku konsumen muslim yang harus diperhatikan yaitu:

- 1) Hendaklah menggunakan barang-barang yang bersih, baik serta bermanfaat
- 2) Tidak boros atau wajar dalam membelanjakan hartanya
- 3) Memiliki sikap yang sederhana serta adil
- 4) Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
- 5) Mendahulukan kebutuhan yang lebih penting

Dalam ajaran Islam, perilaku konsumsi seseorang harus berdasarkan ketentuan Allah Swt dan rasul-Nya supaya terciptanya kehidupan yang lebih sejahtera dan makmur. Amiruddin berpendapat bahwa dalam aktivitas konsumsi hendaklah seorang muslim memiliki pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Seorang manusia tidak akan mampu dalam mengatur secara detail masalah perekonomiannya, karena kelangsungan hidup manusia Allah yang mengatur semuanya. Sebagai seorang muslim sejati harus yakin bahwa Allah Swt maha mengatur sesuatu dan akan memenuhi semua kebutuhan hidup manusia.
- 2) Dalam konsep Islam terbentuknya pola konsumsi seorang muslim karena kebutuhan yang dimilikinya, batasan-batasan fisik menjadi refleksi pola yang digunakan seorang muslim dalam aktivitas konsumsi, maknanya pola konsumsi seorang muslim tidak hanya dipengaruhi oleh referensi saja.
- 3) Sebagai seorang muslim, perilaku konsumsi merupakan peran sebagai makhluk sosial. Maka, dalam bersikap dan perilaku hendaklah saling menghargai dan menghormati sesama, karena sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan untuk memenuhi semua kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain (Salwa, 2019: 71-72)

Perilaku konsumsi dalam Islam secara garis besar yaitu tentang kepuasan dan perilaku konsumsi dipengaruhi oleh:

- 1) Manfaat (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi
- 2) Kemampuan seseorang dalam mendapatkan barang dan jasa, daya beli konsumen yang dipengaruhi pendapatan serta ketersediaan barang di pasar
- 3) Dalam menentukan pilihannya konsumen cenderung mengkonsumsi barang atau jasa sesuai dengan pengalaman, selera, nilai agama dan adat serta budaya (Septiana, 2015: 7).

d. Kebutuhan dalam Islam

Ada beberapa kebutuhan manusia dalam kelangkaan hidup secara umum yaitu:

1) Pangan

Didalam KBBI pangan memiliki arti sama dengan makanan, bisa juga diartikan sebagai olahan makanan, kue dan lain-lain yang diolah untuk dijual. Makanan bagi manusia adalah mengambil bahan atau material alam yang baik untuk tubuh untuk pemenuhan kebutuhan jasmaninya dengan mengasimiasikan dirinya dengan bahan dan dengan dirinya. Makan juga diartikan kegiatan memasukkan makanan kedalam tubuh.

Menurut Zakiah kebutuhan manusia terbagi atas dua kebutuhan pokok yaitu; kebutuhan primer merupakan kebutuhan jasmani seperti makan, minum dan sebagainya (kebutuhan ini di dapat manusia secara fitrah tanpa dipelajari), selanjutnya kebutuhan sekunder atau rohani seperti jika sosial, kebutuhan ini hanya terdapat pada manusia dan sudah dirasakan sejak kecil. Dengan perkembangan zaman tercipta aturan-aturan tentang makan dan makanan. Sebagai seorang manusia mempunyai dua unsur pokok yang

berbeda dengan hewan ketika berhadapan dengan makanan yaitu distansi (menggambil jarak) dan moderisasi (penguasaan diri/memilih).

Manusia bertindak sebagai subjek dan makanan sebagai objek. sedangkan moderasi manusia dapat memilih makanan atau tidak memakan makanannya. Menentukan apa dan berapa banyak yang akan dimakan dan memilih makanan yang baik untuk dimakan. Makanan dipandang sebagai kebutuhan pokok manusia yang paling penting, manusia dapat hidup tanpa pakaian, tempat tinggal, dan kondisi-kondisi tertentu tetapi tidak hidup tanpa makanan. Begitu pentingnya kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia sehingga dimana pun berada akan selalu berusaha menemukan makanan.

2) Sandang

Dalam KBBI sandang adalah bahan pakaian dapat pula diartikan tali (dari kuli, kain, rotan dan sebagainya) yang dipakai atau digunakan untuk membawa sesuatu dengan disampaikan dibahu atau disilangan didada. Bagi manusia pakaian harus memenuhi beberapa aspek yaitu, aspek kesehatan, aspek keindahan, aspek keluhuran dan aspek kesesuaian. Semua aspek tersebut harus dimiliki semua sandang atau pakaian seseorang sehingga memenuhi nilai-nilai manusiawi.

Menurut Fazlur Rahman kebutuhan lain yang penting bagi manusia adalah pakaian yang berfungsi melindungi dari panas dan dingin, agar tampak indah dan bagus kepribadian manusia tersebut. Meskipun pada awalnya fungsi pakaian sangat sederhana yaitu hanya sebagai penutup aurat dan rasa malu, melindungi manusia dari panas dan dingin akan tetapi

karena kemajuan manusia itu sendiri dalam menghiiasi diri dalam pakaiannya.

3) Perumahan

Perumahan bermakna sebagai bangunan untuk tempat tinggal, sedangkan perumahan itu sendiri berarti kumpulan dari beberapa rumah, yaitu rumah tempat tinggal. Di Indonesia pembangunan terarah pada terbinanya manusia Indonesia seutuhnya, manusia yang sehat secara fisik, mental maupun keadaan sosialnya, maka kesehatan merupakan kebutuhan manusia Indonesia yang dijadikan sebagai ukuran kualitas hidup yang mendasar.

Tujuan pembangunan adalah meningkatkan kesejahteraan penduduk dengan memenuhi kebutuhan dasar manusia, yaitu sandang, pangan dan papan. Perhatian pemerintah terhadap kesejahteraan masyarakat tersebut melahirkan ketetapan MPR No. IV/MPR/1097 tentang garis-garis besar haluan negara merupakan pencerminan dari kehendak rakyat Indonesia. Ketetapan ini berisi tentang ketentuan-ketentuan pokok mengenai kebijaksanaan perumahan.

4) Pendidikan

Pendidikan berasal dari kata didik berarti memelihara dan memberi latihan (ajaran, tuntunan, pimpinan) mengenai perilaku dan kecerdasan pikiran, selanjutnya pendidikan berarti proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, cara pembuatan mendidik (Sitepu, 2016: 93-97).

Islam memiliki pandangan yang lebih luas dari sekedar kebutuhan sandang, pangan dan papan, karena pandangan Islam tidak hanya tentang urusan duniawi. Menurut al-Syathibi,

rumusan kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga jenjang yaitu:

1) *Dharuriyat*

Kebutuhan *dharuriyat* terdiri dari agama (*din*), kehidupan (*nafs*), pendidikan (*'aql*), keturunan (*nasl*) dan harta (*mal*) merupakan bagian-bagian yang tidak bisa terpisahkan. Apabila ada satu bagian saja yang diabaikan secara sengaja akan berdampak pada ketimpangan pada hidup seseorang. Hidup manusia bisa berjalan dengan baik jika semua kebutuhan *dharuriyat* secara utuh terpenuhi. Hal ini adalah bentuk tercapainya kebutuhan hidup dunia dan akhirat. Tercapainya keseimbangan pada hidup seseorang, ia pasti membutuhkan agama karena manusia membutuhkan sebuah keimanan dan ketakwaan didalam hatinya.

Rukun Islam yang lima merupakan pilar pokok dasar identitas keagamaan dan ketakwaan kepada Allah. Bersamaan dengan itu, seseorang juga membutuhkan hidup yang aman, tentram dan nyaman, terpenuhinya hak-hak dan tentram yang terbingkai dalam *nafs*. Kunci terbentuknya *nafs* terdiri dari dua aspek, yaitu sebuah kesadaran terhadap diri (internal) dan kesadaran terhadap lingkungan (eksternal). Keduanya mampu terbentuk oleh sebuah kesadaran, kemauan dan disiplin. *Nasl* juga menjadi pendorong kebahagiaan hidup manusia. Akan tetapi manusia juga butuh harta dan kekayaan (*mal*) agar kebahagiaan menjadi sempurna.

2) *Hajiyat*

Adalah kebutuhan yang menjadi penguat, pelengkap serta pelindung pada kebutuhan *dharuriyat*. Kebutuhan *hajiyat* akan terpenuhi setelah kebutuhan *dharuriyat* sudah terpenuhi sepenuhnya.

3) *Tahsiniat*

Kebutuhan *tahsiniat* merupakan kebutuhan yang berfungsi sebagai penambah kesenangan dan keindahan dalam hidup seseorang. Ada waktu ketika manusia perlu aspek *tahsiniat*. Kebutuhan *tahsiniat* boleh dipenuhi apabila kebutuhan *dharuriyat* dan *hijayat* telah dipenuhi terlebih dahulu (Muflih, 2006: 66-71).

Kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan pada kebutuhan (*dharuriyat*), kesenangan (*hajiyyat*), dan kemewahan (*tahsiniyyat*). Kebutuhan (*dharuriyat*) meliputi semua hal yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan kehidupan manusia, jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka kehidupan manusia akan terhenti, seperti, makan, minum, tempat tinggal, dan sebagainya. Sementara kesenangan (*hajiyyat*) didefinisikan sebagai komoditi yang penggunaannya menambah efisiensi seseorang dan dapat mengurangi kesusahan. Adapun kemewahan (*tahsiniyyat*) cenderung mengarah kepada komoditi serta jasa yang penggunaannya tidak menambah efisiensi seseorang bahkan mungkin menguranginya. Pakaian, perhiasan, mobil dan mebel mahal lainnya, gedung-gedung yang menyerupai istana dan banyaknya tenaga pembantu, merupakan kemewahan bagi kebanyakan orang.

Pemahaman kebutuhan yang dasar (*al-hawa'ij al-ashliyah*) berkisar antara *dharuriyat* dan *hajiyyat* sesuai dengan barang dan sumber yang ada. Disamping itu, *dharuriyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyyat* tidak boleh sampai pada barang yang haram, seperti, sutera dan emas pada laki-laki, peralatan dari emas dan perak, khamr, daging babi dan sebagainya. Al-Syatibi menjelaskan korelasi antara *dharuriyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyyat* ini sebagai berikut:

- 1) *Maqashid dharuriyat* merupakan dasar bagi *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat*.
- 2) Kerusakan pada *maqashid dharuriyat* akan membawa kerusakan pula pada *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat*.
- 3) Sebaliknya, kerusakan pada *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat* tidak dapat merusak *maqashid dharuriyat*.
- 4) Kerusakan pada *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat* yang bersifat absolut terkadang dapat merusak *maqashid dharuriyat*.
- 5) Pemeliharaan *maqashid hajiyyat* dan *maqashid tahsiniyyat* diperlukan demi pemeliharaan *maqashid dharuriyat* secara tepat (Fahlefi, 2021: 61- 62).

e. Prinsip-Prinsip Konsumsi Islam

Menurut Islam, anugerah-anugerah yang diberi Allah merupakan milik semua manusia. Diri sendiri memiliki hak atas anugerahnya begitupun orang lain juga berhak atas anugerah tersebut walaupun mereka tidak mampu memperolehnya. Dalam Al-Qur'an, Allah Swt mengutuk dan membatalkan argumen yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena ketidaksediaan mereka memberikan bagian atau miliknya. Etika ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material yang luar biasa, untuk mengurangi energi manusia dalam mengejar cita-cita tertinggi manusia dalam hidup, dalam ekonomi Islam konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar:

1) Prinsip keadilan

Dalam tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur jilid 1 Syariat ini mengandung arti ganda yang sangat penting tentang mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging

binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah (As-Shiddiegy, 2011: 173) .

Sebagaimana dijelaskan dalam al-Quran sesuai firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنِزِيرِ وَمَا أُهِلَّ
بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ
إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: *Sesungguhnya Allah Hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

2) Prinsip kebersihan

Syariat tentang prinsip kebersihan ada dalam kitab Al-Qur'an dan hadits tentang konsumsi. Semua yang baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dikonsumsi dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan dikonsumsi yaitu yang bersih dan bermanfaat.

3) Prinsip kesederhanaan

Dalam tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur pada prinsip menjelaskan aturan manusia dalam perilakunya terhadap mengkonsumsi sesuatu baik itu makanan, minuman dan pakaian. Dijelaskan bahwa tidak dianjurkan untuk berperilaku boros atau berlebihan dalam mengkonsumsi

sesuatu. Melampaui batas adalah bersikap sangat berlebihan (As-Shiddiegy, 2011: 693).

Sebagaimana dijelaskan dalam al-Quran sesuai firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 87:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا

تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang Telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*

Arti penting dari ayat ini adalah kenyataan bahwa jarang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada tubuh. Begitupun dengan konsumsi lainnya, segala sesuatu tidak baik jika berlebihan (Supriyanto, 2005: 93-94).

4) Prinsip kemurahan hati

Ketika seseorang sepenuhnya melaksanakan perintah Islam tidak ada akan menerima bahaya apapun maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Allah Swt karena kemurahan hati-Nya. Selama untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menjalankan perintah Allah Swt dengan iman dan takwa yang kuat dalam tuntutan-Nya, dan berbuat secara adil sesuai dengan itu, yang menjamin bagi semua perintah-Nya.

5) Prinsip moralitas

Prinsip moralitas menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi bukan sekedar makanan dan minuman, namun mempunyai

tujuan akhir yang penting yaitu, untuk meningkatkan nilai-nilai moral dan spritual. Semua umat muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah Swt sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada saat waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini sangat penting karena Islam ingin memadukan nilai-nilai material dan spiritual dalam mencapai kebahagiaan (Lutfi, 2019: 102).

5) Model Keseimbangan Konsumsi Islam

Prinsip keadilan distribusi merupakan pondasi terciptanya keseimbangan konsumsi ekonomi Islam. Ketika tuan A mengalokasikan pendapatannya setahun hanya untuk kebutuhan materi, berarti dia tidak berlaku adil tidak membelanjakan pendapatannya pada konsumsi sosial. Jika demikian berarti ia hanya bertindak untuk dunia saja tanpa memikirkan akhiratnya kelak. Metwally telah memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam perumusan keseimbangan konsumsi Islam dimana:

S	: Sedekah
H	: Harga barang dan jasa
BR	: Barang
JS	: Jasa
Z	: Zakat (2,5%)
P	: Jumlah pendapatan

Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan dunia dan akhiratnya. Setelah mendapatkan dalam jumlah tertentu. Seorang muslim akan membayar zakat hartanya terlebih dahulu. Disini akan terlihat keunikan perilaku konsumen muslim sekaligus pembeda antara perilaku konsumen muslim dengan perilaku konsumen konvensional. Setelah membayar kewajiban zakat yang dibayarkan sebesar 2,5 % (dua koma lima persen) dari uang yang

dihasilkan secara halal, kemudian dia penuh pos-pos konsumsi mulai dari barang, jasa, hingga sedekah (Muflih, 2006: 7-8).

Dalam ekonomi Islam kepuasan konsumen akan terlihat dari jumlah uang yang ia belanjakannya dalam kegiatan konsumsi dan didasarkan pada nilai-nilai agama. Ajaran agama yang dijalankan dengan benar akan bisa menjauhkan konsumen dari sifat *israf*, *israf* merupakan sifat boros yang dilakukan dalam keadaan sadar semata-mata untuk memenuhi keinginan dan nafsunya. Pendapatan konsumen merupakan hak-hak Allah Swt terhadap para hamba-Nya yang kaya dalam harta mereka terdapat hak-hak dalam bentuk zakat-zakat wajib, diikuti sedekah dan infak. Semua konsumsi itu dapat membersihkan harta dari segala noda *subhat* dan dapat membersihkan hati dari berbagai penyakit yang menyelimutinya seperti kikir, tidak mau mengalah dan egois. Bersedekah tidak akan mengurangi jumlah harta seseorang.

Konsumsi sosial akan membawa berkah dan manfaat yaitu munculnya ketentraman, kestabilan, dan keamanan sosial karena segala rasa dengki akibat ketimpangan sosial dan ekonomi akan dapat dihilangkan dari masyarakat. Rahmat dan sikap menolong juga akan mengalir kedalam jiwa orang kaya yang memiliki kelapangan harta. Sehingga masyarakat seluruhnya mendapatkan karunia dengan adanya sikap saling menyayangi, saling bahu membahu. Terlihat dalam ekonomi Islam yaitu *falah* (ketentraman). Konsumen muslim selalu memikirkan keberkahan yang akan diterima dari setiap barang sebagai indikator konsumsi (Ilyas, 2016: 159-160).

5. Pakaian

Pakaian merupakan jenis barang yang dikenakan (baju, celana dan sebagainya), dalam bahasa Indonesia pakaian dikenal dengan istilah busana. Pakaian yaitu sesuatu yang digunakan manusia berfungsi menutupi dan melindungi seluruh atau sebagian tubuhnya

dari panas serta dingin. Pakaian juga didefinisikan sebagai setiap sesuatu yang menutup tubuh. Pakaian dipahami sebagai alat untuk melindungi tubuh dan untuk mempecantik penampilan seseorang. Selain itu pakaian juga memiliki fungsi sebagai alat komunikasi verbal, karena pakaian mengandung simbol-simbol yang memiliki beragam makna.

Gaya berpakaian adalah salah satu cara seseorang dalam menunjukkan dirinya di sebuah lingkungan. Dalam mengenakan busana seseorang dapat menunjukkan ketakwaannya, bukan dengan memakai busana tidak layak yang dianggap *trend*. Pakaian mempunyai arti tersendiri karena itu pakaian harus berukuran sedemikian rupa, sehingga dalam setiap aktivitas yang dilakukan tidak menimbulkan godaan atau memancing orang lain. Dengan pakaian yang baik sesuai dengan norma, agama serta susila dapat menjaga diri sendiri dari godaan orang lain. (Ansharullah, 2019: 67-68)

Ajaran Islam memberikan kebebasan kepada umatnya dalam merancang atau menciptakan model pakaian yang akan dikenakannya. Namun, Islam juga mempunyai dan menentukan prinsip-prinsip dan kriteria dasar yang harus dipatuhi. Berpakaian atau menutup aurat merupakan fitrah manusia, hal ini terlihat dari istilah yang digunakan yaitu “*ya bani Adam*” (wahai putra putri Adam) dalam ayat-ayat yang berbicara tentang pakaian (Chalil, 2009: 124-125).

Dalam Islam pakaian merupakan penutup aurat laki-laki dan perempuan. Ada dua macam pakaian yaitu pakaian yang bersifat jasmani untuk menutupi aurat dan keindahan, selanjutnya pakaian bersifat rohani untuk mengisi kekosongan jiwa dengan ketakwaan hati seseorang. Dalam ajaran Islam pakaian tidak semata-mata tentang budaya dan mode tetapi, Islam menetapkan batasan-batasan tertentu perempuan dan laki-laki dalam berpakaian, batasan berpakaian antara keduanya juga berbeda. Khususnya untuk perempuan atau muslimah,

mempunyai pakaian khusus dalam menunjukkan jati diri sebagai seorang muslimah.

Hal yang sering menjadi salah paham adalah anggapan banyak orang tentang pakaian seorang muslimah sama dengan seragam-seragam pesantren tradisional. Karenanya menimbulkan kesan seakan-akan busana muslimah tidak mengikuti mode dan ketinggalan zaman, tidak modern, *out of date*, dan sebagainya. Padahal kenyataannya dalam Islam tidak mengharuskan muslimah mengenakan mode seperti itu. Islam hanya memberikan batasan-batasan yang harus ditutupi, sedangkan mode yang digunakan terserah kepada selera masing-masing namun juga harus didasarkan pada syariat Islam tentang pakaian (Ahmad Fauzi, 2016: 53-54).

Ulama sepakat bahwa semua pakaian halal bagi laki-laki dan perempuan, selagi bukan sutera, tenun yang ada suteranya, pakaian *ghasaban* (rampasan), pakaian yang dicelupkan kedalam air kencing dan pakaian yang terbuat dari kulit bangkai atau bulunya atau lainnya. Busana muslimah bisa diartikan sebagai pakaian wanita Islam yang dapat menutup aurat yang diwajibkan agama untuk menutupinya, guna kemaslahatan dan kebaikan wanita itu sendiri serta masyarakat dimana ia berada. Busana muslimah merupakan refleksi dari psikologi berpakaian. Syariat Islam menganjurkan seseorang untuk berperilaku adil dan logis dalam berpakaian. Islam berpesan bahwa dalam menggunakan pakaian hendaklah seseorang tidak berlebih-lebihan, yakni jangan bermewah-mewah, banyak diantara orang-orang yang memakai baju melebihi batas wajar (Ansharullah, 2019: 69-70).

Menurut Jahrah al-Maiy dan Humaizah T. Yango, jilbab adalah busana muslim dengan ketentuan sebagai berikut, yang pertama jilbab harus menutup seluruh aurat, yang kedua jilbab tidak boleh mencolok maksudnya disini boleh jadi dengan warna dan motif yang terlalu berlebihan dan mencolok atau berbangga-bangga (menimbulkan

memamerkan). Selanjutnya jilbab terbuat dari bahan yang tebal, jilbab harus dibuat longgar agar tidak memperlihatkan lekuk bentuk tubuh seseorang. Selanjutnya jilbab berbeda dengan pakaian laki-laki dan jilbab harus berbeda dengan pakaian khas pemeluk agama lain (Chalil, 2009: 125).

Hal yang harus diperhatikan beberapa kriteria standar mode pakaian muslimah yaitu:

- a. Bisa menutupi tubuh dan aurat secara sempurna
- b. Tekstil yang dijadikan bahan busana harus tebal atau tidak transparan (tembus pandang). Karena kain yang demikian akan memperhatikan bayangan kulit secara samar-samar.
- c. Modelnya harus longgar
- d. Tidak menyerupai laki-laki
- e. Pakaian hendaklah menggunakan bahan, model yang tidak terlalu mewah, tidak menggunakan motif dan warna yang mencolok sehingga menjadi pusat perhatian, apalagi jika menimbulkan rasa sombong pada yang mengenakannya.

Budaya dan mode yang kuat dalam berpakaian memberikan pengaruh pada manusia sehingga membuat manusia lupa menyadari bahwa pada dasarnya apa fungsi dan tujuannya dalam mengenakan pakaian. Dalam hal ini Islam memberikan perhatian yang besar terhadap fungsi berpakaian, adapun fungsi utama pakaian sebagai berikut:

- a. Menutup aurat, Islam mengatur masalah aurat, menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun perempuan. Khusus muslimah memiliki pakaian yang khusus untuk menunjukkan jati dirinya sebagai seorang muslimah
- b. Sebagai perhiasan, maksudnya adalah pakaian bisa digunakan untuk memperindah penampilan dihadapan Allah dan sesama manusia. Sebagai perhiasan, seseorang bebas merancang dan

membuat bentuk atau mode serta warna pakaian yang dianggap indah, menarik serta menyenangkan namun tetap dalam aturan dan batasan yang telah ditetapkan.

- c. Sebagai pelindung tubuh dari hal-hal yang merusak. Pakaian melindungi bagian tubuh yang tidak terlihat. Pakaian sebagai pelindung dari unsur merusak seperti, dingin, panas, sengatan matahari dan serta pelindung tubuh dari pandangan orang lain yang bisa menimbulkan godaan dan sebagainya (Ahmad Fauzi, 2016:53-55).

6. Remaja Perempuan

Menurut WHO, remaja yaitu penduduk dengan rentang usia antara 10-19 tahun atau dari 10-19 tahun, menurut Peraturan menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014 remaja merupakan penduduk dengan rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah. Masa remaja identik dengan masa terjadinya peralihan atau masa transisi dari anak menuju dewasa. Pada remaja banyak dan besarnya perubahan dan pertumbuhan yang terjadi itu fisik maupun mental. Sehingga remaja bisa dikelompokkan dalam tahapan berikut yaitu:

- a. Pra remaja (11 tahun atau 12-13 atau 14 tahun)

Pra remaja ini merupakan masa yang sangat pendek, kurang lebih hanya satu tahun, untuk laki-laki usia 12 atau 13 tahun sampai 13 atau 14 tahun. Fase ini disebut juga dengan fase negatif, karena terlihat tingkah laku yang cenderung negatif. Fase yang sukar untuk hubungan komunikasi antara anak dengan orang tua. Perkembangan fungsi-fungsi tubuh akan terganggu karena tubuh akan mengalami perubahan hormon yang bisa menyebabkan perubahan suasana hati atau mood seseorang yang tidak terduga.

b. Remaja awal (13 atau 14 tahun sampai 17 tahun)

Remaja awal merupakan fase dengan perubahan-perubahan yang sangat besar dan mencapai puncaknya. Tidak seimbang emosi dan tidak stabilnya dalam banyak hal terdapat pada usia ini. Terjadinya perubahan pada pola hubungan-hubungan sosial dan lingkungan mulai. Remaja akan menyerupai orang yang baru dewasa, remaja akan sering merasa berhak untuk memilih dan membuat keputusan sendiri. Pada masa perkembangan ini, remaja akan mencari dan memperlihatkan jati dirinya, berpikir semakin logis serta akan banyak menghabiskan waktu bersama teman-teman sebaya diluar rumah.

c. Remaja lanjut (17-20 tahun atau 21 tahun)

Remaja lanjut kondisi dimana seseorang ingin selalu dipandang dan jadi pusat perhatian, ia ingin menonjolkan dirinya menarik, mempunyai dan ingin mencapai cita-cita tinggi, bersemangat dan mempunyai energi yang besar. Seseorang akan berusaha menyempurnakan identitas dirinya dan ingin mencapai terkendalinya emosi dalam situasi tertentu.

Selain terjadi perubahan pada fisik, perubahan mental juga akan mengalami perkembangan. Pada fase ini juga banyak kejadian dimana remaja yang duduk-duduk berjam-jam didepan kaca untuk penampilan yang sempurna dan meyakinkan diri bahwa dirinya menarik. Ia akan sangat mementingkan penampilan agar terlihat sempurna. Terkadang remaja akan berpenampilan yang menonjol agar mendapat perhatian dan diakui keberadaannya. Seperti penampilan pada model rambut, model baju, model aksesoris yang selalu mengikuti perkembangan zaman dan tingkah laku lain yang kadang dianggap berlebihan dan tidak wajar (Diananda, 2018: 117-119).

7. Psikologi Ekonomi

Pada konferensi psikologi ekonomi mana pun orang akan melihat rentang teori yang sangat luas dari ekonomi mikro dan dari psikologi sosial yang digunakan. Hal istimewa dari psikologi ekonomi adalah bahwa ia mengakui pentingnya konteks yang lebih luas terutama ekonomi dan nilai dari teori dan bukti ekonomi serta psikologi. Sejumlah orang telah mencoba untuk mendefinisikan pendekatan *economi-psikologis*. Salah satunya yaitu Warneryd berpendapat bahwa pada tingkat mikro, psikologi ekonomi sudah mapan. Meskipun tidak ada teori khusus, psikolog ekonomi kemungkinan besar menggunakan pendekatan berikut yaitu gagasan memuaskan, gagasan tentang pemingkaian dan teori prospek, catatan mental, gagasan yang berasal dari psikologi perilaku dan sikap khususnya teori perilaku terencana.

Untuk tiga gagasan awal semuanya berkaitan dengan cara keputusan benar-benar dibuat dan dampak dari proses pengambilan keputusan pada hasil. Tetapi semua pendekatan ini memiliki kesamaan, semua mencoba memprediksi perilaku ekonomi dari mekanisme pilihan ekonomi dan bukan ekonomi dari segi tujuan. Istilah memuaskan merujuk pada perilaku pembuat keputusan yang memilih alternatif yang cukup baik yaitu, yang memenuhi atau melampaui kriteria tertentu tetapi belum tentu merupakan alternatif terbaik. Ini mengakui bahwa dunia nyata begitu lengkap sehingga untuk mengoptimalkan sesuatu membutuhkan terlalu banyak upaya komputasi. Sekarang mungkin untuk mendapatkan kepuasan sebagai bentuk pengoptimalan dimana seorang individu harus memperhitungkan biaya mencari alternatif, meskipun seperti ini akan menambah beban komputasi (Welbey, et.all, 2002: 9).

Tingkat kepuasan mungkin sangat berguna ketika orang mengambil keputusan dimana dimensi yang terlibat tampaknya tidak dapat dibandingkan. Ketika suatu pilihan melibatkan keuntungan satu

orang tetapi kerugian orang lain, akan ada pencarian alternatif di mana keduanya memiliki hasil yang memuaskan. Psikolog sosial telah banyak menggunakan, misalnya, teori prospek tetapi mungkin tidak menyadari bahwa dampaknya terhadap ekonomi sama besarnya. Sebuah contoh harus cukup untuk memberikan rasa pendekatan mereka. Ini adalah (hampir) kebenaran *psikologis* bahwa orang cenderung lebih peduli dengan bagaimana hasil berbeda dari beberapa titik referensi daripada dengan nilai *absolut*.

Poin referensi juga penting untuk masalah pembingkai, di mana orang yang dihadapkan dengan situasi yang setara secara matematis mengambil keputusan yang berbeda tergantung pada bagaimana mereka dijelaskan. Jadi seseorang akan memiliki reaksi sangat berbeda terhadap situasi yang merujuk sebagai kerugian dengan situasi yang merujuk sebagai keuntungan, bahkan ketika realitas mendasar yang digambarkan persis sama. Ide akun mental, sementara tidak begitu terkenal diluar bidang psikologi ekonomi dan konsumen, akun mental berfungsi dengan cara yang hampir sama, dan memungkinkan individu untuk memantau dan mengontrol pengeluaran mereka sendiri. Dalam model perilaku menabung mereka, misalnya, seseorang memiliki tiga akun mental yaitu akun pendapatan saat ini, akun aset saat ini dan akun pendapatan masa depan (Welbey, et.all, 2002: 10-12).

Kecenderungan marginal untuk membelanjakan sangat berbeda diketiga akun ini. Uang lebih yang terlihat seperti di akun aset lancar, misalnya, lebih kecil kemungkinannya untuk dibelanjakan dibandingkan jika dianggap ada di akun pendapatan berjalan. Dalam pandangan bahwa orang memiliki motif yang beragam seperti egois tetapi juga memiliki kepedulian moral. Mereka tidak boleh dianggap sebagai individu tetapi sebagai anggota suatu budaya yang menciptakan dan menopang sistem nilai yang berbeda dan identitas yang berbeda.

Menurut Etzioni, masyarakat yang terdiri dari orang-orang yang benar-benar mementingkan diri sendiri tidak akan bertahan. Kedua, banyak perilaku ekonomi yang tidak bersifat individual tetapi merupakan hasil akhir dari diskusi dan negosiasi dalam rumah tangga. Meskipun dimungkinkan untuk menggabungkan skor sikap dari dua atau lebih anggota rumah tangga untuk mencoba memahami keputusan investasi mereka, misalnya, tanpa pemahaman tentang proses keputusan kolektif, ini bukanlah cara yang sangat masuk akal untuk dilanjutkan. Dan akhirnya, beberapa studi tentang perilaku ekonomi memperkuat pandangan bahwa perubahan sikap adalah konsekuensi dari pada penyebab perubahan perilaku (Welbey, et.all, 2002: 12-13).

Psikologi konsumen juga masuk pada bagian psikologi ekonomi, psikologi konsumen dari perspektif perilaku salah satunya. Dalam beberapa tahun terakhir penerapan prinsip-prinsip analisis perilaku untuk perilaku konsumen lebih sistematis. Psikologi konsumen dari perspektif perilaku ditandai dengan pengukuran langsung perilaku konsumen. Psikologi konsumen adalah perilaku konsumen tersebut. Perkembangan sistem produksi industri yang semakin diarahkan pada pendistribusian barang dalam skala nasional. Pertumbuhan produk dan layanan yang luar biasa, pengiklan melihat kepsikologi untuk memajukan proses pemasaran. Kebutuhan konsumen saat ini dan kebutuhan selanjutnya juga memanipulasi kebutuhan tersebut untuk menciptakan keinginan akan barang dan jasa tambahan. Menurut Bagozzi, motivasi dibalik perilaku konsumen penting untuk melibatkan faktor lingkungan serta situasi seputar konsumsi kedalam teori perilaku konsumsi, mulai terjadinya pergeseran penekanan perilaku konsumen ke arah perilaku radikal dengan model perspektif perilaku (Diane, et.all, 2003: 589-595).

Dalam model perspektif perilaku ada tiga jenis konsekuensi dari perilaku konsumen yaitu penguatan *hedonis*, rangsangan permusuhan, dan penguatan informasi. Penguatan *hedonis* berasal dari kepuasan

membeli, berhutang, dan mengkonsumsi barang-barang ekonomi, untuk konsekuensi permusuhan datang dari biaya konsumsi seperti menyerahkan uang, menunggu dalam antrian dan lainnya serta penguatan informasi disediakan oleh umpan balik dari kinerja konsumen, yang terlihat terutama dengan status sosial. Ada empat pembagian perilaku konsumen dari pola hedonis tinggi atau rendah dan penguatan informasi yang diperlukan untuk mempertahankan perilaku. Empat jenis perilaku tersebut meliputi yaitu:

- a. Pemeliharaan yaitu seperti kegiatan yang diperlukan untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan fisik konsumen seperti makanan, dan pemenuhan kewajiban sosial seperti membayar pajak.
- b. Akumulasi, perilaku yang terlibat dalam beberapa jenis menabung, mengumpulkan serta mencicil pembelian
- c. Kesenangan seperti konsumsi hiburan populer
- d. Pencapaian seperti perilaku yang menunjukkan pencapaian sosial dan ekonomi, dan pencapaian pribadi.

Keempat jenis perilaku ini dapat diterapkan pada komunikasi inovasi produk baru. Alasannya adalah bahwa kategori pencapaian akan menjadi kelompok pertama yang terpapar produk. Seiring dengan berlanjutnya masa pakai produk, tiga perilaku lainnya akan mulai berlaku dalam urutan peniru awal (kesenangan), peniru selanjutnya (akumulasi), dan pengadopsi terakhir (pemeliharaan). Dalam model ini, perilaku yang terdiri dari pencarian, pilihan, konsumsi, dan barang dilihat sebagai yang dipilih melalui proses perubahan. Perilaku konsumen dianalisis dalam hal *signifikansi adaptif* jangka pendek dan jangka panjang bagi konsumen, aspek konsumsi dipandang sebagai fungsi yang setara dengan kebutuhan makan (Diane, et.all, 2003: 590-602).

8. Ekonomi Islam

Dalam membahas perspektif ekonomi Islam, ada titik awal yang menjadi perhatian utama yakni ekonomi dalam Islam itu sesungguhnya bermuara kepada aqidah Islam, yang bersumber dari syariatnya. Sedangkan dari sisi lain adalah Al-qur'an *al-karim* dan *as-sunnah nabawiyah* yang berbahasa Arab (Huda, et.al, 2008: 1).

Ekonomi Islam dengan landasan sebagai ekonomi *rabbani* dan *insani*. Disebut ekonomi rabbani karena sarat dengan arahan dan nilai-nilai ilahiah serta ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi *insani* dikarenakan pelaksanaan sistem ekonomi ini diberikan untuk kemakmuran manusia (Nasution, et.al, 2007: 12).

Ilmu ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari tentang kendala-kendala yang terjadi pada ekonomi rakyat yang juga diilhami nilai ajaran Islam. Tentang masalah pokok kekurangan, antara ekonomi Islam dan ilmu ekonomi moderen hampir tidak terdapat perbedaan apa pun diantara keduanya. Didalam ilmu ekonomi Islam modern masalah pilihan sangat tergantung pada macam-macam tingkah masing-masing individu. Memungkinkan atau tidaknya untuk memperhitungkan persyaratan- persyaratan masyarakat. Akan tetapi, didalam ilmu ekonomi Islam ada batasan-batasan yang serius berdasarkan ketetapan Al-qur'an dan hadits atas tenaga seseorang (Nasution, et.al, 2007: 15).

a. Pengertian Ekonomi Islam

Ada beberapa pendapat para ahli ekonomi Islam yang dikemukakan tentang ekonomi Islam diantaranya, menurut M. Akram Kan, tujuan ilmu ekonomi Islam yaitu agar bisa melakukan kajian tentang bagaimana kebahagiaan hidup manusia bisa dicapai dengan cara mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi. Hal ini digambarkan bahwa ekonomi Islam normatif dan positif. Normatif tentang kebahagiaan hidup

didunia dan akhirat, serta positif tentang mengorganisir sumber daya alam.

Muhammad Abdul Manan berpendapat bahwa, ilmu ekonomi Islam yaitu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Sedangkan menurut M. Umer Chapra, ekonomi Islam adalah sebuah ilmu pengetahuan yang mempunyai kendali dalam upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas dan berada dalam koridor yang mengacu pada ajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa pelaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan (Nasution, et.al, 2007: 16).

b. Prinsip Ekonomi Islam

Islam merupakan agama Allah Swt yang mengatur secara rinci tentang hidup manusia di dunia dan di akhirat. Perekonomian bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, hal ini bersumber pada Al-qur'an dan hadis sebagai petunjuk hidup manusia. Agama Islam adalah agama yang istimewa dibanding agama lain.

Pada dasarnya sistem ekonomi Islam sangat berbeda dari sistem ekonomi lain baik dalam hal tujuan, bentuk serta coraknya. Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berdasar pada Al-Qur'an dan Hadis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia dan di akhirat (*al-Falah*). Ada tiga azas filsafat ekonomi Islam, yaitu:

- 1) Semua yang ada di alam semesta adalah milik Allah SWT, manusia hanya menjadi pelaku dalam memanfaatkan alam semesta dan isinya, sedangkan pemilik mutlak alam semesta ini adalah Allah Swt, karena itu manusia harus tunduk dan mengikuti semua perintah Allah Swt.

- 2) Supaya bisa melaksanakan tugas sebagai pelaku dalam memanfaatkan alam semesta, manusia harus tolong-menolong dan saling membantu dalam melaksanakan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk beribadah kepada Allah SWT.
- 3) Beriman kepada hari kiamat, merupakan azas yang sangat penting dalam sistem ekonomi Islam karena dengan keyakinan ini akan mampu mengatur perilaku ekonomi manusia dan bisa dikendalikan karena akan muncul kesadaran bahwa semua perbuatan akan dimintai pertanggungjawaban kelak oleh Allah SWT.

Selain azas-azas tersebut, ekonomi Islam juga mempunyai nilai-nilai tertentu diantaranya:

- 1) Nilai dasar kepemilikan, dalam sistem ekonomi Islam kepemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas sumber-sumber ekonomi, namun setiap orang atau badan dituntut agar mampu memanfaatkan sumber-sumber ekonomi tersebut secara baik dan benar. Kepemilikan manusia atas suatu benda terbatas pada lama manusia tersebut hidup di dunia serta sumber daya yang menyangkut kepentingan umum atau menjadi hak orang banyak harus menjadi milik umum.
- 2) Keseimbangan

Dalam tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur jilid 3 keseimbangan yang terwujud dalam kesederhanaan, hemat dan menjauhi sikap pemborosan. Hal ini dijelaskan dalam al-Qur'an sesuai firman Allah SWT dalam surat Al-Furqon ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ

ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: *Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian.*

3) Keadilan

Keadilan sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan sempurna hal ini dibuktikan dengan penyebutan kata adil lebih dari seribu kali dalam Al-qur'an, setelah perkataan Allah dan ilmu pengetahuan. Nilai keadilan sangat penting dalam ajaran Islam, terutama dalam kehidupan hukum, sosial, politik dan ekonomi.

c. Karakteristik Ekonomi Islam

Ada beberapa karakteristik ekonomi Islam sebagaimana disebut dalam *al-mawsu'ah al-ilmiyah wa al-amaliyah al-silamiyah* yang dapat diringkas sebagai berikut:

- 1) Semua yang adalah di alam semesta merupakan milik atau kepunyaan Allah Swt dan manusia hanya *khalifah* harta yang mana karakteristik ini terbagi dua yaitu:
 - a) Semua harta, baik benda maupun alat produksi semua milik Allah SWT.
 - b) Manusia adalah *khalifah* atas harta miliknya.
- 2) Ekonomi terkait dengan akidah, syariah (hukum) dan moral

Yafie berpendapat bahwa ekonomi Islam dan akidah Islam memiliki hubungan yang sangat jelas, seperti pandangan Islam terhadap alam semesta yang disediakan untuk kepentingan manusia. Hubungan ekonomi Islam dengan akidah dan syariah tersebut memungkinkan aktivitas ekonomi dalam Islam menjadi ibadah, sedangkan diantara hubungan ekonomi dengan moral dalam Islam yaitu:

- a) Adanya larangan terhadap pemilik dalam menggunakan hartanya yang dapat menimbulkan kerugian atas harta orang lain atau kepentingan masyarakat.

- b) Dilarang melakukan transaksi yang mengandung unsur penipuan.
- c) Hendaklah setiap muslim tidak menyimpan emas dan perak atau sarana moneter lain secara berlebihan atau menimbunnya, karena akan menimbulkan hal-hal yang bisa menghambat terciptanya kemakmuran pada perekonomian masyarakat.
- d) Pemborosan atau kebiasaan boros dilarang dalam Islam.

3) Keseimbangan kerohanian dan kebendaan

Beberapa ahli menyatakan bahwa Islam merupakan agama yang menjadi diri sendiri tetapi toleran (membuka diri). Selain itu para ahli juga menyatakan bahwa Islam adalah agama yang memiliki unsur keagamaan (mementingkan segi akhirat) dan *sekularitas* (segi dunia).

4) Keadilan dan keseimbangan dalam melindungi kepentingan individu dan masyarakat

Makna keseimbangan dalam sistem sosial Islam adalah tidak mengakui hak mutlak, namun mempunyai batasan-batasan tertentu, termasuk dalam bidang hak milik. Keadilan bisa melindungi keseimbangan antara batasan-batasan yang ditetapkan dalam sistem Islam untuk kepemilikan individu dan umum.

5) Bimbingan konsumsi

Maksudnya disini adalah dalam konsumsi telah ditetapkan adanya makanan yang halal dan haram, ada juga larangan suka bermewah-mewah dan sikap sombong terhadap harta atau kekayaan yang dimiliki.

6) Petunjuk investasi

Islam mempunyai standar atau kriteria dalam menilai proyek investasi yang sesuai dengan ajaran Islam agar bisa menjadi pedoman yakni:

- a) Proyek tersebut harus baik dalam Islam.
- b) Memberikan kesempatan kepada orang lain agar rezeki anggota masyarakat lain bisa seluas mungkin.
- c) Menghapuskan kekafiran, memperbaiki pendapatan dan kekayaan.
- d) Memelihara serta mengembangkan harta.

7) Zakat

Zakat merupakan karakteristik ekonomi Islam tentang harta yang tidak diatur dalam sistem perekonomian lainnya, karena sistem perekonomian selain Islam tidak mengenal tuntutan Allah kepada pemilik harta untuk menyisihkan sebagian harta tertentu sebagai pembersih jiwa dari sifat kikir, dengki dan dendam.

8) Larangan riba

Islam tidak membenarkan adanya tindakan riba dalam memfungsikan uang. Pentingnya memfungsikan uang pada bidangnya yang normal, yaitu fasilitas transaksi dan alat penilaian barang. Riba adalah tindakan penyelewengan uang dan merupakan hal batil yang dilarang. (Huda, et.al, 2008: 6-11).

B. Penelitian yang Relevan

Agar bisa membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu, maka peneliti menyajikan beberapa penelitian relevan, berisi tentang uraian mengenai beberapa hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan peneliti kaji.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Niati Lisma dan kawan-kawan dalam jurnal dengan judul “Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Malang Angkatan tahun 2012)”. Pada penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana perilaku

konsumsi mahasiswa dilihat dari motif atau alasan bertransaksi, dari hasil penelitian menjelaskan tentang motif transaksi dalam membeli makanan dan membeli pakaian yaitu karena motif untuk mengikuti *trend* untuk menyesuaikan gaya hidup dengan teman dan zaman, serta melihat strategi mengalokasikan uang saku. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama melihat motif yang berhubungan dengan konsumsi. Penelitian yang dilakukan Niati Lisma dan kawan-kawan memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu penelitian menggunakan metode kualitatif.

Kendati demikian, penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu penelitian Niati Lisma dan kawan-kawan menganalisis perilaku konsumsi ditinjau dari motif transaksi secara umum, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu melihat motif konsumsi pakaian remaja dalam ekonomi Islam. Perbedaan selanjutnya yaitu objek dari kedua penelitian yang berbeda, peneliti menggunakan objek yaitu remaja dengan rentang umur 15-19 tahun di Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso, sedangkan Niati Lisma dan kawan-kawan dalam penelitiannya dengan objek mahasiswi S1 pendidikan ekonomi fakultas ekonomi Universitas Malang angkatan tahun 2012.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Chrisna Yosefa Setya Ardi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online”. Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motif belanja secara online dan faktor mana yang berpengaruh terhadap motif belanja online. Penelitian yang dilakukan Chrisna Yosefa Setya Ardi menggunakan analisis regresi linear berganda dan juga meneliti tentang hubungan variabel harga, kepercayaan, faktor psikologi serta pengetahuan teknologi internet terhadap motif belanja online. Persamaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang motif dalam konsumsi ataupun motif dalam berbelanja serta memaparkan faktor-faktor yang mempengaruhi motif tersebut.

Adapun perbedaan yang terdapat antara penelitian yang dilakukan oleh Chrisna Yosefa Setya Ardi dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu penelitian Chrisna Yosefa Setya Ardi membahas faktor-faktor yang mempengaruhi motif belanja online, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu melihat motif konsumsi remaja terhadap konsumsi pakaian, perbedaan juga terdapat pada metode penelitian yang mana penelitian yang dilakukan Chrisna Yosefa Setya Ardi menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. Serta penelitian Chrisna Yosefa Setya Ardi ditinjau secara umum sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ditinjau dalam ekonomi Islam.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dian Ariani dalam jurnal dengan judul “Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi di Kabupaten Nagan Raya”. Penelitian ini menjelaskan tentang pertumbuhan ekonomi di kabupaten Nagan Raya sangat dipengaruhi oleh konsumsi rumah tangga. Pertumbuhan nilai konsumsi rumah tangga tahun 2002 – 2013 mengalami fluktuasi. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat kabupaten Nagan Raya yaitu faktor ekonomi dan faktor non ekonomi. Faktor ekonomi terdiri pendapatan rumah tangga, kekayaan rumah tangga, tingkat suku bung, ekspektasi rumah tangga terhadap masa depan, kebijakan pemerintah mengurangi ketimpangan distribusi pendapatan dan program-program pensiun, sedangkan faktor non ekonomi yaitu sikap hemat.

Persamaan penelitian Dian Ariana dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama menyajikan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi, penelitian ini juga menyajikan teori konsumsi secara umum. Perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan Dian Ariani adalah menganalisis faktor-faktor konsumsi masyarakat secara umum, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu motif konsumsi remaja terhadap pakaian dan ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Walaupun peneliti memaparkan faktor-faktor konsumsi, hal ini merupakan bagian dari motif konsumsi, serta penelitian yang dilakukan Dian Ariani

menggunakan metode kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. Tempat penelitian yang dilakukan juga berbeda, dimana penelitian yang dilakukan Dian Ariani di Kabupaten Nagan Raya sedangkan penelitian yang peneliti lakukan di Jorong Sungai Emas, Nagari Saruaso Kabupaten Tanah Datar.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Siska Alfiati dalam jurnal dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga”. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa pola konsumsi pangan rumah tangga di Kota Prabumulih belum mencapai angka ideal konsumsi. Pola konsumsi pangan rumah tangga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diperoleh dari hasil analisis regresi menggunakan SPSS yaitu faktor pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, umur ibu rumah tangga dan tingkat pendidikan ibu yang berpengaruh nyata pada pola konsumsi.

Persamaan penelitian yang dilakukan Siska Alfiati dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama memaparkan kajian teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian, Siska Alfiati pada penelitiannya menggunakan objek rumah tangga sedangkan penelitian yang peneliti lakukan dengan objek yaitu remaja Jorong Sungai Emas, Nagari Saruaso. Serta penelitian yang peneliti lakukan fokus pada motif dari konsumsi sedangkan Siska Alfiati fokus pada faktor-faktor konsumsi tersebut. Kedua penelitian ini memiliki perbedaan yaitu pada metode penelitian yang dilakukan. Peneliti melakukan penelitian dengan metode kualitatif sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Siska Alfiati menggunakan metode kuantitatif.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi Faizal dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indekos UIN Alauddin Makassar”. Penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi pola konsumsi secara umum dengan objek mahasiswa indekos yang berkuliah di UIN Alauddin Makassar atau dengan sampel

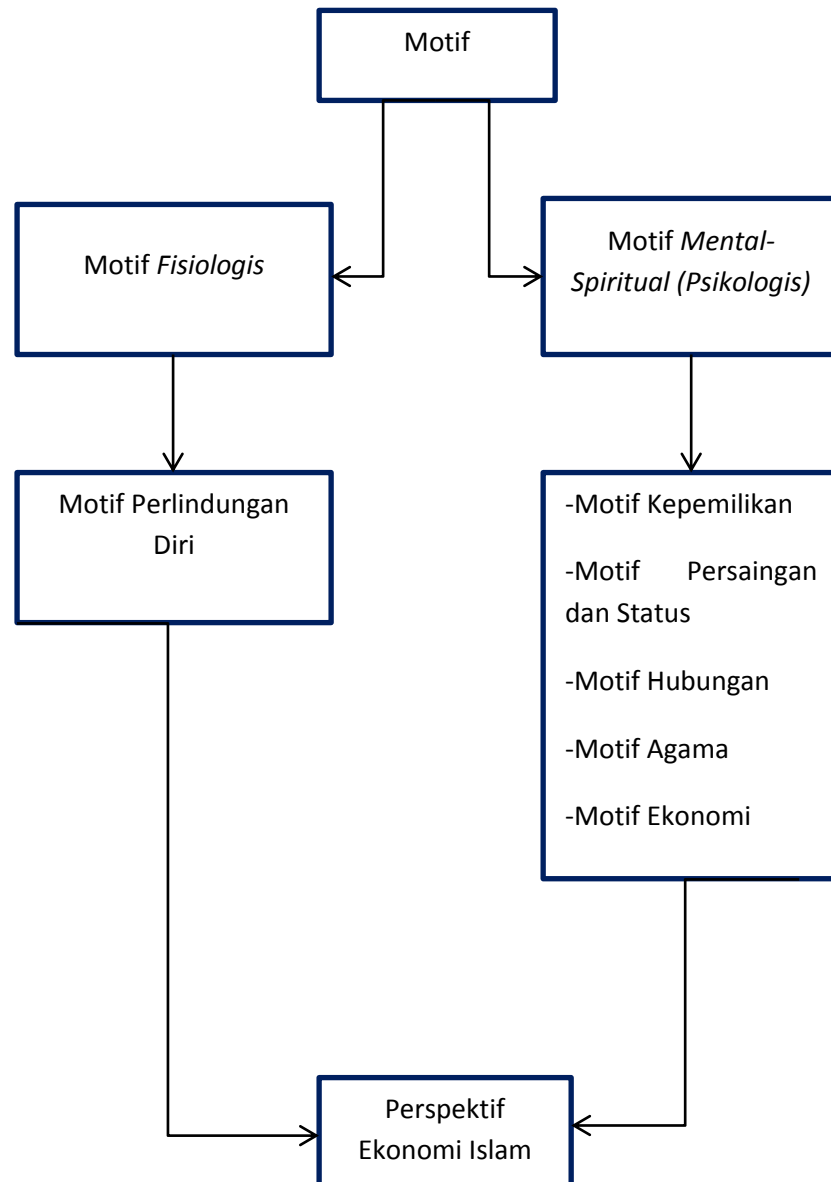
penelitian yaitu mahasiswa indekos fakultas ekonomi dan bisnis islam yang terdiri dari lima jurusan dengan jumlah sampel 126 mahasiswa. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa yaitu uang saku, beasiswa dan jenis kelamin, sedangkan tabungan tidak mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa pada penelitian ini.

Persamaan yang terlihat dari penelitian yang dilakukan Fahmy Faizal dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang konsumsi atau pola konsumsi. Walaupun demikian, ada terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu penelitian ini fokus pada faktor yang mempengaruhi pola konsumsi secara umum, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan fokus pada motif konsumsi pakaian dalam ekonomi Islam. Objek dari penelitian juga berbeda yang mana penelitian yang dilakukan Fahmy Faizal dengan objek atau sampel yaitu mahasiswa indekos fakultas ekonomi dan bisnis Islam di UIN Alauddin Makassar, sedangkan objek penelitian yang peneliti lakukan yaitu remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso. Serta metode penelitian yang peneliti yaitu metode kualitatif sedangkan metode penelitian Fahmy Faizal yaitu kuantitatif.

Dari beberapa hasil penelitian yang dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis ini memiliki kajian yang berbeda walaupun terdapat beberapa kajian dalam tema yang sama.

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian lapangan (*field research*) atau lokasi terbuka. Penelitian lapangan adalah kegiatan penelitian yang dilakukan peneliti langsung ke objek penelitian dengan cara peneliti langsung turun kelapangan agar mendapatkan data ataupun informasi yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini. Untuk metode penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Bogdan dan Talyor (1975) berpendapat bahwa penelitian kualitatif yaitu prosedur atau tata cara suatu penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif seperti kalimat, tulisan serta perilaku subjek itu sendiri ketika diamati (Ahmadi, 2014: 15).

Penelitian kualitatif tidak menggunakan model-model matematika, dan prosedur statistik. Penelitian ini mempunyai prosedur dan proses penelitian diawali dengan menyusun pendapat dasar serta aturan berpikir yang akan dipakai saat penelitian, biasanya berhubungan dengan permasalahan sosial dan bersifat *interpretatif* (dalam pengumpulan data, paradigma dan interpretasi) (Anggito dan Setiawan, 2018: 9).

Lexy J. Moleong dalam bukunya metode penelitian kualitatif menyebutkan beberapa pendapat ahli, salah satunya yaitu Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk berupa kata-kata yang dinyatakan oleh orang yang menjadi objek penelitian baik secara ucapan atau tulisan serta perilaku yang bisa diamati ketika penelitian tersebut berlangsung. Penelitian ini memahami fenomena yang terjadi secara alami terhadap perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain pada objek dan dideskripsikan menggunakan bahasa ilmiah (Mamik, 2015: 3-4).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jorong Sungai Emas, Nagari Saruaso, Kecamatan Tanjung Emas. Dengan objek yang akan diamati yaitu remaja berdomisili di Jorong Sungai Emas, Nagari Saruaso Kecamatan Tanjung Emas.

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun						
		Des 2021	Feb 2022	Mar 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022
1	Survei awal	√						
2	Pembuatan proposal	√	√					
3	Bimbingan proposal			√	√			
4	Seminar proposal				√	√		
5	Perbaikan setelah proposal					√	√	
6	Pembuatan instrumen penelitian						√	√
7	Pengumpulan data							√
8	Pengelolaan data							√
9	Penulisan laporan penelitian							√
10	Munaaqasah							√

C. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen penelitiannya adalah alat yang peneliti pakai dilapangan guna untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah yang sedang diteliti. Dalam melakukan kegiatan penelitian, yang akan menjadi instrumen penelitian yaitu:

1. Instrumen utama adalah peneliti sendiri yang akan mengumpulkan data, mengolah data dan memvalidasi data terhadap teori yang digunakan.
2. Instrumen pendukung, peneliti menggunakan alat seperti buku catatan, kamera dan alat dokumen lainnya yang bisa digunakan untuk menunjang keabsahan hasil penelitian yang peneliti lakukan dilapangan.
3. Daftar wawancara merupakan susunan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, sumber data primer dalam kegiatan penelitian ini adalah remaja perempuan yang tinggal di Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso. Penulis menggunakan teknik *snowball sampling* pada penelitian ini. *Snowball sampling* merupakan sebuah metode atau teknik dalam mengidentifikasi serta pengambilan sampel menggunakan bantuan petunjuk dari orang yaitu remaja yang memberi informasi dan dari informasi tersebut akan berkembang berdasarkan petunjuknya.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang telah diolah dan diperoleh dari buku-buku, data yang telah ada serta catatan dokumen milik Jorong Sungai Emas dan milik Nagari Saruaso. Serta referensi

lainnya yang memiliki hubungan dengan sasaran penelitian ini, baik itu situs, artikel, jurnal dan buku-buku yang membahas tentang Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik yang bisa digunakan untuk mengumpulkan data serta memperoleh informasi dalam kegiatan penelitian. Teknik observasi disebut juga dengan pengamatan. Menurut Usman dan Purnomo observasi merupakan kegiatan dalam melakukan pengamatan terhadap gejala yang diteliti dengan cara mencatat secara teratur. Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian jika cocok dengan tujuan penelitian, terencana dan dicatat secara teratur serta keadaannya bisa dikendalikan (*reabilitas* dan kesahihannya (*validitas*)).

Sukmadinata menyatakan bahwa observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dapat dilakukan secara *partisipatif* ataupun *nonpartisipatif*. Dalam observasi *nonpartisipatif* pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, namun hanya berperan mengamati kegiatan dan tidak ikut dalam kegiatan (Hardani, et.al. 2020: 122-124).

Observasi langsung yaitu melakukan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subjek yang dicermati, baik pengamatan yang memang murni terjadi ataupun dalam situasi buatan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan terjadinya tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung, wawancara sama dengan

percakapan yang terdapat pertanyaan dan jawaban memiliki tujuan tertentu. Percakapan yang terjadi antara dua orang atau dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberi jawaban untuk pertanyaan tersebut.

Menurut Lincoln dan Guba maksud dari melakukan wawancara yaitu mencari tahu tentang orang, fenomena, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lainnya (Hardani, et.al. 2020: 137-138).

3. Dokumentasi

Pada penelitian kualitatif selain memperoleh informasi dari objek penelitian yaitu manusia (*human resources*) dengan cara wawancara serta observasi. Sebuah dokumen, foto dan bahan statistik menjadi sumber lain dalam penelitian. Dokumen biasanya dalam bentuk diary, catatan rapat, laporan berkala, jadwal kegiatan, peraturan pemerintah, anggaran dasar, dan surat resmi. Dokumen juga bisa dalam gambar, foto dan lainnya (Mamik, 2015: 115).

F. Teknik Analisis Data

Sifat teknik analisis data kualitatif adalah induktif, yaitu kegiatan menganalisis yang didasarkan pada data yang telah didapatkan. Menurut Mathew B. Miles analisis kualitatif yaitu data yang tidak dalam bentuk serangkaian angka namun, dalam bentuk kalimat atau kata-kata. Data tersebut dikumpulkan dari beberapa cara, salah satunya adalah wawancara. Ada tiga alur dalam analisis data menurut Miles dan Hurbeman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. (Hardani, et.al. 2020: 163).

Dalam rencana penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu:

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data adalah salah satu bagian dari kegiatan analisis yang mengontraskan, mengelompokkan, memfokuskan mengeliminasi, yang tidak penting dan mengelompokkan data dengan cara sedemikian rupa hingga menemukan simpulan-simpulan akhirnya bisa ditarik dan diverifikasi.

Operasionalisasi reduksi data bisa ditelusuri dengan memperlakukan data yang sangat rinci. Laporan akan disusun berdasarkan data yang didapatkan, disimpulkan, dipilih bagian-bagian pokok dan difokuskan pada bagian-bagian yang penting saja. Data dari hasil meringkas dan dipilih berdasarkan pada satuan konsep, tema, dan tentang hasil peninjauan juga akan memberikan kemudahan kepada peneliti dalam mencari kembali data sebagai tambahan untuk data sebelumnya telah diperoleh apabila dibutuhkan (Satori dan Riduwan, 2011: 97).

Dengan begitu bisa diketahui bahwa semua hasil penelitian di lapangan yang sudah dilakukan, data dikumpulkan dan dipilih supaya bisa menentukan mana data yang paling tepat untuk digunakan.

2. Penyajian Data (*data display*)

Setelah melakukan reduksi data, penyajian data merupakan langkah selanjutnya. Penyajian data dalam pandangan Miles dan Huberman yaitu sekumpulan informasi yang teratus dan tersusun berfungsi sebagai pemberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Pada penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat dan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing*)

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dari proses analisis data kualitatif. Simpulan merupakan inti dari temuan pada penelitian yang akan memberikan gambaran terhadap pendapat-pendapat akhir didasarkan pada uraian-uraian sebelumnya atau keputusan yang diperoleh. Simpulan yang dikemukakan harus didukung

oleh bukti-bukti yang benar dan konsisten ketika kegiatan penelitian dilakukan. Simpulan yang dikemukakan haruslah relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian serta temuan penelitian dan uraian pembahasan.

Dengan demikian simpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, simpulan penelitian kualitatif adalah temuan baru yang bisa memberikan gambaran pada objek dengan jelas dan bisa dalam hubungan antara atau kausal, teori ataupun hipotesis (Hardani, et.al. 2020: 167-172).

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Metode yang digunakan oleh peneliti untuk menguji keabsahan data yaitu teknik triangulasi. Triangulasi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk tujuan menghilangkan keraguan. Penulis menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. Dengan triangulasi sumber berguna untuk mempertajam data, apabila dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber atau informan (Alfansyur, A dan Mariyani. 149: 2020).

Teknik triangulasi dalam penelitian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam kegiatan wawancara penulis didukung dengan rekaman selanjutnya dokumentasi penelitian yaitu berupa foto sebagai penjamin keabsahan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Nagari Saruaso

Puji dan syukur kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kelancaran penulis untuk melakukan penelitian bisa memaparkan pada bab empat. Visi merupakan gambaran masa depan yang lebih baik atau *ideal* dibandingkan dengan kondisi yang ada saat sekarang ini. Setiap organisasi selalu mempunyai harapan jauh kedepan, kemana dan bagaimana organisasi tersebut akan dibawa serta bekerja agar tetap konsisten.

1. Visi Misi Nagari Saruaso

a. Visi

“Terwujudnya Nagari Saruaso sejahtera, berbudaya menuju masyarakat madani yang dilandasi filosofi adat basandi syara', syara' basandi Kitabullah”.

b. Misi

Misi merupakan upaya umum yang ditempuh dalam rangka mewujudkan visi yang telah dirumuskan. Dalam rangka mewujudkan visi pembangunan yang dirumuskan maka ditentukan 6 misi pembangunan Nagari Saruaso yakni:

- 1) Meningkatkan karakter masyarakat yang religious dan berbudaya sebagai landasan pembangunan Nagari.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya anak Nagari yang berilmu pengetahuan, serta menghargai adat istiadat dan budaya Nagari
- 3) Meningkatkan penyelenggaraan tata kelola pemerintahan Nagari yang efektif efisien dan bebas KKN (*good governance and clean goverment*)
- 4) Meningkatkan pembangunan infrastruktur nagari yang berkualitas, terintegritasi dan merata

- 5) Memberdayakan lembaga unsur yang ada di Nagari dalam pembangunan
- 6) Meningkatkan perekonomian masyarakat berbasis kerakyatan.

2. Gambaran Umum Nagari Saruaso

a. Kondisi Geografis

Nagari Saruaso merupakan salah satu nagari dalam wilayah kecamatan Tanjung Emas dengan Ibu Nagari Saruaso. Secara geografis wilayah Nagari Saruaso berada pada posisi koordinat $100^{\circ} 37' 41''$ - $100^{\circ} 39' 40''$ Bujur Timur dan $0^{\circ} 24' 18''$ - $0^{\circ} 32' 14''$ Lintang Selatan, dengan luas wilayah sekitar 7 Km^2 atau 4.872 hektar dan terdiri dari 6 Jorong. Nagari Saruaso terletak pada ketinggian 450 sampai dengan 470 meter di atas permukaan laut. Secara geografis Nagari Saruaso berbatasan dengan:

- 1) Sebelah utara berbatasan dengan Nagari Minangkabau dan Nagari Sungayang
- 2) Sebelah selatan berbatasan dengan Nagari Balimbiang dan Nagari Pasilihan
- 3) Sebelah barat berbatasan dengan Nagari Pagaruyung, Nagari Baringin dan Nagari Limo Kaum.
- 4) Sebelah timur berbatasan dengan Nagari Koto Tengah, Nagari Tanjung Barulak dan Nagari Padang Ganting.

Terdiri dari 6 Jorong dengan luas sebagai berikut:

- 1) Jorong Talago Gunuang
- 2) Jorong Sungai Emas
- 3) Jorong Kubang Landai
- 4) Jorong Saruaso Barat
- 5) Jorong Saruaso Timur
- 6) Jorong Saruaso Utara

b. Topografis

Nagari Saruaso merupakan wilayah dengan kondisi topografi bervariasi mulai dari datar, bergelombang hingga berbukit dengan elevasi kurang lebih 450 sampai dengan 470 meter di atas permukaan laut. Beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 2.250 mm pertahun. Sebagian besar lahannya terdiri dari kawasan hutan yakni sekitar 1.410%. Nagari Saruaso seperti halnya Kabupaten Tanah Datar berada di suatu cekungan gunung dan perbukitan yang melingkar dengan ketinggian berkisar antara 1.000-2.891 meter dari permukaan laut. Luas wilayah Nagari Saruaso adalah 4872 hektar, dengan luas wilayah per Jorong sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.1
Luas Wilayah Per Jorong Nagari Saruaso Tahun 2020

No.	Jorong	Luas (Ha)	Persentase (%)
1.	Talago Gunuang	1.150	25%
2.	Sungai Emas	839	17%
3.	Saruaso Timur	450	9%
4.	Saruaso Utara	425	8%
5.	Kubang Landai	1089	23%
6.	Saruaso Barat	919	18%
	Jumlah	4872	100%

Sumber : Pemerintah Nagari Saruaso 2020

c. Demografi

Jumlah penduduk Nagari Saruaso tahun 2020 tercatat sebanyak 9.350 jiwa, terdiri dari sebanyak 4.632 jiwa laki-laki dan sebanyak 4.718 jiwa perempuan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.2
Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Berdasarkan Jorong

No.	Jorong	Luas (Ha)	Penduduk		
			LK (jiwa)	PR (jiwa)	Jumlah (jiwa)
1.	Saruaso Barat	919	1.649	1.629	3.278
2.	Saruaso Timur	450	737	712	1.449
3.	Saruaso Utara	425	579	585	1.164
4.	Sungai Emas	839	435	424	859
5.	Kubang Landai	1.089	888	993	1.881
6.	Talago Gunung	1.150	382	366	748
	Jumlah	4.872	4.632	4718	9.350

Sumber : Pemerintah Nagari Saruaso 2020

d. Perekonomian

Kondisi perekonomian di Nagari Saruaso dipengaruhi oleh potensi unggulan yang terdapat di Nagari yaitu:

1) Pertanian tanaman pangan dan hortikultura

Sebaran sentra produksi komoditi padi dan palawija Nagari Saruaso tahun 2020 sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.3
Sentra Produksi Komoditi Padi dan Palawija Nagari Saruaso

No	Komoditi	Wilayah Sentra Produksi
1.	Padi	Seluruh jorong di Nagari Saruaso
2.	Jagung	Seluruh jorong di Nagari Saruaso
3.	Kacang tanah	Seluruh jorong di Nagari Saruaso
4.	Ubi kayu	Seluruh jorong di Nagari Saruaso
5.	Ubi jalar	Seluruh jorong di Nagari Saruaso
6.	Kedele	Ada dalam skala kecil
7.	Kacang hijau	Ada dalam skala kecil

Sumber: Pemerintah Nagari Saruaso 2020

Selain itu komoditi yang memiliki potensi cukup baik untuk dikembangkan yakni sayuran seperti buncis, cabe, mentimun, kacang panjang, kangkung, bayam, terong.

2) Peternakan

Usaha peternakan selama periode tahun 2015 dan 2018 dengan jumlah populasi ternak yaitu 18.500 ekor ayam buras 27.350 ekor ayam ras petelur, 18.789 ekor itik, 1.150 ekor kambing, 375 ekot kerbau, 5 ekor kuda dan 855 ekor sapi potong.

3) Perikanan

4) Perkebunan

5) Kehutanan

6) Pariwisata

7) Koperasi dan UKM

8) Bidang UMKM dan perindustrian

3. Struktur Pemerintahan Nagari Saruaso

Nagari merupakan kesatuan masyarakat hukum dalam batas wilayah yang memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat berdasarkan adat isitadat yang diakui dan dihormati. Terdapat beberapa lembaga yang ada di Nagari Saruaso membantu melaksanakan program pembangunan dan pemerintahan Nagari Saruaso, berikut struktur pemerintahan di Nagari Saruaso:

Tabel 4.4
Struktur Pemerintahan Nagari Saruaso 2020

No	Nama	Jabatan
1	Agusrimayanto, A.Ma. Pd. SH	Wali Nagari
2	Effendi	Sekretaris Nagari
3	Nurainis	Kaur Tata Usaha dan Umum
4	Eva Nofrita, S.Sos	Kaur Keuangan
5	Ratna Wilis, S.E.I	Kaur Perencanaan
6	Ahmad Effendi	Kaur Pemerintahan
7	Munardi ST Kayo	Kaur Pelayanan
8	Budrianto KH Kayo	Kasi Kesra

9	Okky Yushendra	Kepala Jorong Talago Gunung
10	Awaludin Malin Sinaro	Kepala Jorong Sungai Emas
11	Dhiky Fernandes	Kepala Jorong Saruaso Barat
12	Syafriandi	Kepala Jorong Saruaso Timur
13	Djoni Iskandar	Kepala Jorong Saruaso Utara
14	Adri Maizar Yusnedi	Kepala Jorong Kubang Landai
15	Elza Salmawati	Staf
16	Anggun Novita Sari	Staf
17	Rahmayadi Ihsan	Staf
18	Sovia Nora, S. Si	Staf
19	Nasrul	Pesuruh Kantor

Sumber: Pemerintah Nagari Saruaso 2020

B. Hasil dan Pembahasan

1. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan informan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Suci Ramadhani Edli

Remaja yang akrab dipanggil Suci ini melalui wawancara dengan penulis ia mengatakan bahwa *“Saya ketika mengkonsumsi pakaian adalah untuk melindungi diri dari cuaca panas atau dingin. Membeli pakaian sesuai kebutuhan tapi juga karena keinginan sesuai selera saya pribadi. Saya tidak terlalu terpengaruh dengan gaya berpakaian teman saya, tetapi sekali-sekali saya membeli pakaian untuk koleksi seperti mengoleksi pakaian untuk warna yang lengkap. Membeli pakaian untuk status sosial yang saya lakukan yaitu agar tidak dianggap kuno oleh teman-teman saya”*. (Wawancara, Suci Ramadhani Edli, 03 Juli 2022).

b. Putri Antdiva Ashari

Wawancara yang penulis lakukan dengan salah satu remaja yaitu Putri Anrdiva Ashari. Informasi yang penulis

dapatkan ketika melakukan wawancara dengan Putri ia mengatakan bahwa *"Motif konsumsi pakaian saya yaitu untuk memenuhi kebutuhan sandang serta untuk melindungi fisik atau tubuh dari cuaca. Saya membeli baju ketika butuh dan menginginkan baju tersebut tapi lebih mengutamakan kebutuhan. Menyikapi konsumsi remaja saat sekarang ini saya tidak telalu terlalu mengikuti mereka karena menurut saya pakaian remaja saat sekarang ini sudah mengkhawatirkan karena mereka membeli pakaian sesuai dengan trend saja, bukan sesuai kebutuhan dan menjadi tidak ada haluan. Saya pribadi membeli baju untuk kebutuhan, karena kalau untuk mengikuti trend tidak akan ada habisnya dan jatuhnya mubadzir. Saya pernah membeli baju karena ajakan teman hanya untuk baju couple satu kelas. Tidak tertarik ajakan teman-teman karena jika membeli dengan teman-teman akan lebih memikirkan keinginan dibandingkan kebutuhan. Saya juga mengkonsumsi pakaian sesuai perintah agama. (Wawancara, Putri Antdiva Ashari, 03 Juli 2022).*

c. Yulia Ningsih

Yulia Ningsih merupakan remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso yang sedang bersekolah di SMK Negeri Batusangkar. Yulia mengatakan bahwa *"Saya mengkonsumsi atau membeli pakaian kadang mengikuti trend dan lebih terpengaruh oleh konsumsi pakaian remaja lainnya karena saya mengikuti mereka agar tidak ketinggalan mode, jadi saya membeli pakaian kadang memang karena butuh tapi terkadang hanya karena ingin. Saya berusaha untuk mengikuti gaya hidup yang sedang berkembang dan juga untuk menambah koleksi pakaian. Saya kadang membeli pakaian juga tidak sesuai dengan kemampuan keuangan saya, sehingga saya membeli pakaian dengan cara kredit. Serta saya pernah mengesampingkan kebutuhan lain karena uang untuk kebutuhan itu saya pakai untuk membeli baju dan saya juga sering mendapat ajakan membeli pakaian dari teman dan kakannya (Wawancara, Yulia Ningsih, 04 Juli 2022).*

Adapun tujuan Yulia mengkonsumsi atau membeli pakaian yaitu untuk motif kepemilikan, hubungan dan sosial.

d. Vira Virdayanti

Penulis melakukan wawancara dengan remaja yang bernama Vira Virdayanti mengaku bahwa *"Saya membeli pakaian selama ini untuk memenuhi keinginan adalah poin nomor satu sedangkan untuk memenuhi kebutuhan menjadi poin nomor dua setelah memenuhi keinginan. Kadang saya membeli*

pakaian dengan model yang berbeda untuk saya jadikan koleksi. Gaya hidup juga menjadi alasan saya membeli pakaian serta ajakan orang lain atau teman dan keinginan juga menjadi faktor pendorong saya mengkonsumsi pakaian” (Wawancara, Vira Virdayanti, 04 Juli 2022).

e. Adelia Safitri

Adelia mengatakan bahwa ”Saya mengkonsumsi pakaian secara fisik untuk melindungi tubuh. Saya tidak selalu mengikuti trend karena saya tidak terlalu peduli dengan perkembangan mode baju. Dalam kegiatan konsumsi saya lebih menjadikan kebutuhan sebagai motif utama dalam membeli pakaian. Saya hanya ingin menyesuaikan pakaian dengan lingkungan sekitar dan sesuai dengan kemampuan keuangannya dalam membeli pakaian. Secara keagamaan, tidak ada motif khusus saya dalam membeli pakaian karena saya tidak paham dan masih tidak jelas untuk motif ini” (Wawancara, Adelia Safitri, 04 Juli 2022).

f. Mutya

Remaja yang diwawancarai selanjutnya yaitu Mutya, ia mengaku bahwa “Saya mengkonsumsi pakaian untuk melindungi fisik baik dari cahaya matahari maupun ancaman lainnya. Saya juga berusaha mengikuti trend dalam membeli pakaian maka motif mengkonsumsi pakaian adalah untuk kebutuhan dan keinginan saya. Kadang-kadang saya membeli pakaian untuk menambah koleksi dalam model dan warna, walaupun begitu saya membeli pakaian berusaha sesuai dengan kemampuan keuangan saya. Kalau membeli baju untuk mendapatkan pujian tidak ada, tapi untuk status sosial lain seperti agar tidak dianggap ketinggalan mode kadang kadang iya. Untuk corak atau mode pakaian yang sudah saya beli sebelumnya belum semuanya sesuai dengan aturan agama” (Wawancara, Mutya, 04 Juli 2022).

g. Shafiyah Dewi Fitri

Remaja yang penulis wawancarai selanjutnya yaitu Shafiyah. Shafiyah ia mengatakan bahwa “Saya membeli baju dalam setahun sekitar lima kali, saya membeli pakaian untuk kebutuhan dan keinginan, untuk kebutuhan seperti untuk menutup tubuh. Tapi terkadang saya membeli pakai juga karena ingin menambah koleksi, sesekali juga untuk status sosial. Untuk keagamaan saya membeli baju untuk menutup aurat dan identitas saya sebagai muslimah. Sesekali Shafiyah juga untuk motif status” (Wawancara, Shafiyah Dewi Fitri, 04 Juli 2022).

h. Nurul Amaliyah

Nurul mengatakan bahwa *“Saya mengkonsumsi pakaian untuk menutup tubuh, tapi kadang-kadang juga mengikuti trend namun jarang. Karena memenuhi kebutuhan adalah yang utama. Sesekali saya juga membeli pakaian untuk menambah koleksi serta dalam membeli pakaian saya berusaha menyesuaikan dengan lingkungan tempat tinggal saya. Saya tidak tertarik dengan ajakan teman-teman dalam membeli pakaian. Jika membeli baju kadang tidak sesuai dengan keuangan saya maka saya membeli dengan cara kredit tapi itu tidak sering. Sejauh ini pakaian yang saya beli sudah sesuai aturan agama. Dalam setahun saya membeli baju sekitar sepuluh kali”* (Wawancara, Nurul Amaliyah, 04 Juli 2022)

i. Meli Handayani

Meli adalah remaja kelas dua sekolah menengah atas. Meli mengatakan bahwa *“Saya mengkonsumsi pakaian untuk kebutuhan yang utama walaupun kadang-kadang saya juga membeli pakaian untuk keinginan dan saya jadikan koleksi pakaian seperti koleksi mode pakaian. Dalam membeli pakaian saya menyesuaikan dengan lingkungan sosial atau pertemanan saya. Saya membeli pakaian sesuai keinginan sendiri tapi saya juga menerima ajakan teman jika sesuai antara uang dan gaya. Tapi kadang jika tidak sesuai antara uang yang saya punya dengan harga maka saya membeli dengan cara cicilan atau kredit. Saya pernah mengesampingkan kebutuhan lain untuk memenuhi keinginan membeli baju yaitu uang untuk membeli makanan digunakan untuk membeli baju. Dalam setahun saya membeli baju kurang lebih dua puluh kali”* (Wawancara, Meli Handayani Putri, 04 Juli 2022).

j. Hanifatul Khairi

Remaja yang penulis wawancarai yaitu Hanifatul Khairi. Hanifah mengatakan *“Saya membeli pakaian untuk kebutuhan dan melindungi tubuh bukan sekedar menghias tubuh. Walaupun begitu saya juga membeli pakaian sekali-sekali untuk keinginan mengikuti trend. Saya mengkonsumsi pakaian untuk kepuasan diri sendiri tidak untuk mendapat pujian dari orang lain dan ketika membeli pakaian, saya membeli dengan harga sesuai kemampuan saya jadi saya tidak pernah membeli pakaian secara kredit. Pakaian yang saya beli belum semuanya sesuai dengan perintah agama, ada yang sudah sesuai dan ada yang belum serta corak atau mode pakaian baru sebagian yang sesuai aturan agama”* (Wawancara, Hanifatul Khairi, 04 Juli 2022).

k. Indah Pratiwi

Indah Pratiwi merupakan salah satu remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso. Ia mengatakan bahwa *“Saya berusaha mengkonsumsi atau membeli pakaian sesuai dengan kemampuan keuangan saya dan mengkonsumsi pakaian berdasar keinginan sendiri dan tidak tertarik ajakan teman. Tapi saya juga membeli pakaian mengikuti syle atau trend yang sedang berkembang. Saya membeli pakaian untuk menutup aurat namun belum semuanya sesuai perintah agama serta dalam membeli pakaian tidak selalu untuk terjaga atau terlindungi. Saya pernah mengesampingkan kebutuhan lain untuk membeli pakaian”* (Wawancara, Indah Pratiwi, 04 Juli 2022).

l. Nofvel Permata Sari

Nofvel merupakan salah satu remaja Jorong Sungai Emas, ia mengatakan bahwa *“Saya termotivasi membeli pakaian untuk menghias tubuh dan keinginannya agar terlihat selalu mengikuti mode. Menyikapi konsumsi remaja saat sekarang ini karena teman yang lain suka ikut trend jadi saya ikut juga tapi lebih ke selera sendiri. Dalam membeli pakaian saya lebih untuk mengikuti trend baru setelah itu sesuai kebutuhan. Gaya hidup dan keinginan untuk mengikuti mode hal yang wajar untuk mengikuti selera dan pilihan Menurut saya membeli pakaian yang sedang trend menjadi gaya hidup dan gengsi. Belum semua pakaian saya sesuai dengan aturan agama seperti baju lengan pendek yang kadang saya kenakan dirumah. Saya juga suka mengoleksi pakaian. Saya pernah menggunakan uang untuk makan dipakai untuk membeli pakaian tapi itu jarang. Anggaran untuk membeli pakaian selama enam bulan sekitar lima ratus ribu dan saya membeli pakaian dalam setahun kurang lebih sepuluh kali”* (Wawancara, Nofvel Permata Sari, 05 Juli 2022).

m. Miftah

Remaja yang diwawancarai yaitu bernama Miftah. Ia mengatakan bahwa *“Saya membeli pakaian untuk menghias tubuh. Saya juga sering mengikuti perkembangan trend sesuai keinginannya. Saya juga sering terpengaruh dengan lingkungan pertemanan dan gaya berpakaian teman saya. Saya membeli baju karena butuh tapi juga karena ingin sama dengan teman saya. Alasan saya membeli pakaian mengikuti trend dan status sosial yaitu untuk gaya hidup, gengsi tapi ada juga untuk kebutuhan. Baru sebagian pakaian saya yang sesuai dengan*

aturan agama, yang sesuai yaitu baju gamis dan yang tidak sesuai yaitu baju lengan pendek. Budget saya membeli baju untuk enam bulan kurang lebih enam ratus ribu dan saya membeli baju dalam setahun sekitar lima belas kali” (Wawancara, Miftah, 06 Juli 2022).

n. Suci Ramadani

Seorang remaja Jorong Sungai Emas yang penulis wawancarai bernama Suci Ramadani. Suci mengatakan bahwa *“Saya membeli baju sebenarnya untuk bergaya-gaya, saya juga membeli untuk mengikuti style apalagi saya pengguna Tiktok jadi tau style yang sedang berkembang. Sikap saya terhadap konsumsi remaja lain yaitu sama seperti mereka. Saya mempunyai baju agar sama seperti orang-orang. Saya juga ingin mengoleksi pakaian agar memiliki banyak baju. Tujuan membeli pakaian agar dianggap mengikuti zaman, untuk gengsi dan gaya hidup. Terkadang saya meminjam uang teman jika uang yang saya punya tidak sesuai dengan harga baju yang ingin saya beli. Dalam keagamaan motif konsumsi saya belum jelas dan pakaian yang sudah saya beli rata-rata belum sesuai dengan aturan agama. Dalam setahun saya membeli baju sekitar sepuluh kali dengan cara kontan ataupun kredit”* (Wawancara, Suci Ramadani, 06 Juli, 2022).

o. Zahratul Aini

Zahra adalah salah satu remaja yang penulis wawancarai, Zahra mengatakan bahwa *“Saya mengkonsumsi pakaian untuk melindungi tubuh. Saya membeli baju sebenarnya tidak untuk mengikuti trend tapi kadang ketika saya membeli tidak sengaja sesuai dengan trend. Saya merasa prihatin melihat remaja yang terus menerus mengikuti trend dan mereka tidak memikirkan pengeluaran mereka. Saya membeli pakaian memang lebih untuk kebutuhan dan saya membeli pakaian bukan untuk gengsi. Saya membeli pakaian sesuai keuangan saya karena saya memikirkan pengeluaran saya yang lain. Saya tidak mengabaikan aturan dalam berpakaian seorang muslimah yaitu menutup aurat”* (Wawancara Zahratul Aini, 09 Juli 2022).

p. Yuke Zonata

Remaja selanjutnya yaitu Yuke Zonata, dalam kegiatan mengkonsumsi pakaian ia mengatakan *“ Saya membeli pakaian adalah untuk menutup tubuh dan menutup juga fungsinya untuk bergaya atau menghias diri. Kadang-kadang saya membeli pakaian sesuai trend tapi kadang kebutuhan tersebut sesuai dengan trend yang terjadi saat sekarang. Saya pribadi dengan*

konsumsi remaja lain saya tidak terlalu terpengaruh. Saya memiliki pakaian untuk kebutuhan juga tapi terkadang saya juga untuk menambah koleksi. Saya pribadi dalam konteks sosial untuk gaya hidup diri sendiri, saya juga membeli pakaian selalu sesuai dengan kemampuan keuangan saya. Saya tidak mengharapkan pujian dari pihak lain karena membeli untuk keinginan dan kebutuhan sendiri. Terkadang saya membeli pakaian karena ajakan saudara dan ajakan teman. Sejauh ini mungkin pakaian yang saya punya atau beli belum sesuai dengan perintah agama seperti baju kemeja dengan lengan ¾. Sebenarnya tujuan saya memang untuk menutup aurat tapi belum teralisasi semua. Anggaran dalam membeli pakaian sekitar lima ratus ribu per enam bulan dan saya membeli baju kurang lebih sepuluh kali” (Wawancara, Yuke Zonata. 09 Juli 2022).

q. Retno Amalia Anisa

Retno remaja selanjutnya yang penulis wawancarai, ia mengatakan bahwa “Saya mengkonsumsi pakaian bukan berdasarkan keinginan namun untuk kebutuhan. Untuk menyikapi konsumsi remaja lain saya lebih berusaha untuk tidak terpengaruh dengan mereka. Saya tidak membeli pakaian bukan untuk mengikuti trend. Saya memiliki pakaian memang karena butuh bukan karena ingin. Ketika membeli baju saya selalu menyesuaikan dengan kemampuan keuangan saya karena jika tidak sesuai bagaimana akan terbeli. Dalam konteks sosial saya tidak punya niat atau motif tertentu. Membeli baju untuk menutup aurat dan alhamdulillah saya membeli baju sudah sesuai dengan perintah agama” (Wawancara, Retno Amalia, 09 Juli 2022)

r. Melhania Rahmadani

Melhania adalah remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso yang penulis wawancarai, ia mengatakan “Saya membeli pakaian secara fisik untuk melindungi tubuh, terkadang saya juga membeli sesuai trend kadang melihat trend tersebut akan muncul keinginan punya yang seperti itu. Melihat sikap konsumsif remaja saat sekarang saya pribadi berusaha untuk tidak terpengaruh. Saya membeli pakaian lebih untuk kebutuhan sendiri karena belum ada pemasukan atau belum menghasilkan uang sendiri. Kadang-kadang saya ingin memiliki pakaian karena keinginan dan kebutuhan seperti ingin memiliki pakaian untuk koleksi seperti warna dan mode pakaian. Secara sosial saya kadang tapi tidak selalu seperti membeli pakaian yang bagus menurut orang lain serta saya juga terpengaruh

ajakan orang lain tapi juga ada sesuai keinginan sendiri. Secara umum saya membeli pakaian sesuai fungsi yaitu menutup aurat, namun ada sebagian baju saya belum menutup aurat secara sempurna” (Wawancara, Mehania Rahmadani, 09 Juli 2022).

2. Pembahasan

Berdasarkan penyajian temuan atau hasil penelitian yang penulis tulis sesuai dengan fakta yang penulis temukan dilapangan dan agar tidak terjadi penyimpangan dari fokus penelitian serta tujuan penelitian maka disajikan juga pembahasannya yaitu:

a. Motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso

Motif terbagi atas dua bagian pokok yaitu, pertama motif *fisiologis* merupakan motif yang berhubungan dengan kebutuhan fisik atau tubuh seseorang yang telah melekat pada diri seseorang. Motif yang kedua yaitu motif *mental-spiritual* atau motif *psikologis*, motif ini tidak berkaitan langsung dengan kebutuhan *fisiologis* namun berkaitan dengan jiwa seseorang. Bagian-bagian dari dua motif diatas yaitu:

1) Motif *fisiologis* (motif perlindungan diri)

Motif perlindungan diri akan mendorong seseorang untuk mencari keselamatan dan keamanan bagi tubuh. Motif ini menjadikan seseorang untuk menghindari diri dari bahaya atau ancaman baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan remaja Jorong Sungai Emas menurut penulis pada motif ini remaja mengkonsumsi atau membeli pakaian yaitu untuk terlindungi atau melindungi tubuh. Melindungi atau perlindungan diri dari suhu atau cuaca, baik itu cuaca panas atau dingin serta bahaya lainnya. Perlindungan diri biasa didapatkan dari konsumsi atau membeli baju lengan panjang

dan baju yang menurup aurat. Motif ini didasarkan pada kebutuhan dalam memenuhi kebutuhan fisik agar terlindungi.

Namun, ada beberapa remaja dalam motif *fisiologis* membeli pakaian bukan untuk terlindungi, melainkan mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk penghias tubuh atau untuk mempercantik diri dan sekedar bergaya-gaya. Remaja tidak memprioritaskan fungsi pakaian sebagai pelindung tubuh namun hanya menginginkan fungsi pakaian untuk penghias tubuh saja.

Menurut penulis mayoritas remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso membeli pakaian sesuai kebutuhan untuk melindungi diri dari cuaca panas dan dingin tetapi, ada juga remaja (minoritas) yang mengkonsumsi atau membeli pakaian bukan untuk mendapat perlindungan diri akan tetapi untuk penghias tubuh dan bergaya-gaya.

2) Motif *mental-spiritual* (*psikologis*)

Pada motif *mental-spiritual* (*psikologis*) merupakan motif yang berhubungan dengan kebutuhan jiwa yang akan mencuat kebutuhan sebagai manusia pada kebutuhan-kebutuhan dasar. Kebutuhan ini didorong oleh beberapa motif diantaranya:

a) Motif Kepemilikan

Motif seseorang dalam memiliki sesuatu baik itu barang dan sejenisnya. Kebutuhan dan keinginan memiliki pakaian yang cukup termasuk kedalam salah satu motif kepemilikan. Berdasarkan temuan dilapangan mayoritas remaja memiliki pakaian untuk kebutuhan dan keinginan. Kepemilikan ini berdasarkan kebutuhan dan berdasarkan keinginan dalam mengkonsumsi atau membeli pakaian. Kebutuhan memiliki pakaian seperti kebutuhan pakaian untuk digunakan sehari-hari serta

kebutuhan memiliki pakaian yang sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan temuan dilapangan, motif kepemilikan berdasarkan keinginan mengkonsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso karena didasarkan keinginan karena mengikuti *style* atau *trend* yang sedang berkembang. Serta keinginan untuk mengoleksi pakaian adalah alasan remaja ingin memiliki pakaian. Remaja yang mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk menambah koleksi baik dari segi mode serta warna-warna pakaian yang diinginkan. Hal ini tidak sesuai dengan ekonomi Islam dikarenakan kegiatan mengoleksi pakaian menyebabkan terjadinya pembelian pakaian yang sering secara terus menerus namun tidak disesuaikan dengan kebutuhan. Serta nilai guna atau fungsi pakaian akan terabaikan jika untuk kegiatan koleksi saja, hal tersebut akan jatuh kedalam *mubadzir*. Kegiatan mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk koleksi berdampak pada terjadinya pemaksaan diri dalam mengikuti keinginan dan hawa nafsu saja, pemaksaan diri terjadi karena motif untuk mengoleksi pakaian belum atau tidak sesuai dengan taraf tingkat ekonomi remaja tersebut.

Menurut penulis yang mendasari motif kepemilikan pada remaja yaitu mayoritas untuk keinginan dari pada memiliki untuk kebutuhan dan remaja memiliki pakaian untuk menambah koleksi pakaian. Hal ini juga disebabkan oleh keinginan remaja untuk mengikuti *style* dan *trend* yang belum terkendali dan menyebabkan adanya pemaksaan diri dalam memenuhi keinginan mengoleksi pakaian

b) Motif Persaingan dan Status

Persaingan bisa terjadi pada ekonomi, politik, sosial dan gaya hidup seseorang. Persaingan ini bisa jadi untuk pembuktian siapa yang paling mampu dalam suatu kondisi. Persaingan juga memiliki hubungan dengan status yaitu status sosial. Seseorang bersaing dalam status sosial, maksudnya yaitu seseorang bersaing untuk mendapatkan pandangan tinggi atau berbeda dalam status sosial seperti persaingan karena mengikuti gengsi, mendapat pengakuan sosial dan dihormati oleh orang lain juga bisa menjadikan seseorang lebih percaya diri ditengah lingkungan sosial.

Berdasarkan temuan dilapangan melalui wawancara, persaingan dan status juga menjadi motif mengkonsumsi atau membeli pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dapat dikemukakan bahwa sebagian kecil (minoritas) remaja membeli pakaian memang untuk status sosial seperti agar tidak dianggap kuno atau ketinggalan zaman oleh teman-teman dan untuk gaya hidup. Sebagian lagi memang mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk status sosial namun hanya sekali-sekali. Sebagian besar atau mayoritas remaja mengkonsumsi atau membeli pakaian tidak untuk status sosial namun tergantung kebutuhan, keinginan serta kenyamanan yang akan didapatkan. Namun ada juga beberapa remaja mengkonsumsi atau membeli pakaian dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan pujian dari pihak lain, pujian karena mengikuti zaman, pujian karena pakaian yang dikenakan sesuai *trend, style* dan warna yang sedang berkembang

serta mendapatkan pujian karena memiliki banyak pakaian.

Berdasarkan pembahasan diatas mayoritas remaja memang mengkonsumsi pakaian tidak berdasarkan motif sosial. Akan tetapi sebagian remaja mengkonsumsi pakaian dalam motif status dengan alasan untuk gengsi, untuk mendapatkan pujian dari pihak lain dan sebagai gaya hidup.

c) Motif Hubungan

Motif hubungan menjadi alasan seseorang dalam mempertahankan hubungan sosial ataupun untuk mendapatkan teman baru dilingkungan tertentu. Banyak cari yang dilakukan untuk mempertahankan hubungan sosial dan mendapatkan teman baru, salah satunya dengan menyesuaikan diri dengan cara menyamakan penampilan atau gaya sesuai dengan lingkungan tersebut.

Berdasarkan temuan dilapangan, remaja kerap diajak teman untuk membeli pakaian, akan tetapi minoritas remaja yang menerima ajakan tersebut, itu pun jika sesuai dengai selera, kebutuhan dan kemampuan remaja tersebut. Seperti menerima ajakan orang lain membeli pakaian sama untuk kebutuhan pakaian *couple* atau sama untuk satu kelas, ataupun menerima ajakan kakak dan teman dalam membeli baju yang memang diinginkan. Sebagian besar atau mayoritas remaja tidak tertarik dengan ajakan orang lain dalam membeli pakaian, hal ini karena mengkonsumsi atau membeli pakaian lebih pada keinginan sendiri.

Berdasarkan wawancara yang telah penulis jabarkan diatas, maka bisa disimpulkan bahwa motif hubungan pertemanan dan saudara juga menjadi

pengaruh dan alasan sebagian kecil atau minoritas remaja untuk membeli pakaian.

d) Motif Agama

Motif agama maksudnya disini adalah motif yang menjadi pendorong seseorang untuk beribadah kepada Allah Swt, melaksanakan perintah Allah dan berpedoman pada Al-Quran serta hadits tentang perintah larangan serta aturan dalam setiap kegiatan. Kegiatan konsumsi dan berpakaian sudah jelas diatur dalam Islam. Seperti tidak menyarankan seorang muslim melakukan konsumsi dalam memenuhi keinginan yang tak terbatas, peraturan pakaian muslim dan muslimah. Terutama sebagai seorang muslimah hendaklah berpakaian untuk menutup aurat dengan sempurna.

Berdasarkan temuan dilapangan, penulis menemukan bahwa remaja mengkonsumsi pakaian dalam motif keagamaan untuk menutup aurat dan sebagai identitas seorang muslim atau muslimah dengan membeli pakaian tertutup atau membeli pakai sesuai dengan aturan agama Islam. Beberapa remaja mengkonsumsi pakaian dalam motif keagamaan yaitu sebagai seorang muslimah haruslah menutup aurat kecuali muka dan telapak tangan. Membeli pakaian sudah sesuai dengan perintah agama. Dan manfaat dari menutup aurat yaitu terjaga dan terlindungi.

Mayoritas remaja memang dalam motif keagamaan untuk menutup aurat akan tetapi, pakaian-pakaian yang dikonsumsi belum semua sesuai dengan aturan agama atau syariat Islam seperti pakaian yang belum menutup aurat secara sempurna, corak atau motif serta mode pakaian yang belum sesuai dengan aturan

pakaian seorang muslimah. Dan ada remaja (minoritas) mengkonsumsi pakaian tidak mengetahui motif keagamaan,

Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa remaja membeli pakaian dengan motif keagamaan yaitu dengan keinginan atau niat memang untuk menutup aurat dan identitas sebagai muslimah namun, keinginan dan niat menutup aurat belum terlaksanakan dengan baik karena sebagian remaja masih mengkonsumsi atau membeli pakaian yang belum menutup aurat dengan sempurna seperti pakaian yang ketat, baju lengan pendek dan sebagainya, serta masih ada remaja yang tidak tau motif keagamaan dalam mengkonsumsi pakaian.

e) Motif Ekonomi

Motif ekonomi terkait dengan harga, kemampuan keuangan dalam mengkonsumsi atau membeli pakaian. Berdasarkan temuan dilapangan, kegiatan konsumsi atau membeli pakaian remaja mayoritas yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mengkonsumsi pakainya sesuai kemampuan keuangan atau anggaran dana yang mereka punya. Kendati demikian masih ada beberapa remaja yang mengkonsumsi atau membeli pakaian tidak sesuai antara harga dan kemampuan keuangan mereka, bahkan beberapa remaja tersebut rela mengorbankan anggaran untuk kebutuhan lain demi memenuhi keinginan membeli pakaian seperti uang untuk kebutuhan pangan (makan) dipakai untuk membeli pakaian yang mereka inginkan tadi. Ada juga remaja yang membeli pakaian secara kredit atau cicilan jika tidak mampu membeli secara tunai. Serta ada pula remaja yang meminjam uang

kepada teman hanya untuk memenuhi keinginan membeli pakaian.

Dapat disimpulkan bahwa masih ada remaja dalam mengkonsumsi atau membeli pakaian secara ekonomi tidak sesuai antara kemampuan keuangan yang mereka punya dengan harga barang yang mereka inginkan.

b. Motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam perspektif Ekonomi Islam

Islam mengatur konsumsi terhadap suatu barang dan jasa dengan sangat sempurna. Konsumsi hendaklah berdasarkan kebutuhan yang lebih utama dibandingkan keinginan, memenuhi kebutuhan akan memberikan *maslahah* atau kebaikan yang akan didapat di dunia dan di akhirat. Pemenuhan berdasarkan kebutuhan akan memberikan manfaat dan kepuasan, berbeda dengan konsumsi berdasarkan keinginan hanya akan memberikan kepuasan semata.

Dalam kegiatan konsumsi ada motif atau energi pendorong agar seseorang melakukannya yaitu motif fisiologis dan motif mental-spiritual (psikologis).

Berdasarkan temuan dilapangan Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso bahwa untuk motif fisiologis, mayoritas remaja mengkonsumsi pakaian atau membeli pakaian untuk memenuhi kebutuhan yaitu kebutuhan dalam motif perlindungan diri. Perlindungan diri yang dimaksud yaitu melindungi kulit dari cuaca panas atau dingin, rasa aman. Masih ada remaja yang membeli pakaian untuk menghias tubuh dan untuk bergaya saja. Padahal dalam Islam fungsi pakaian yaitu untuk menutup tubuh dan aurat baik dari cuaca atau sengatan matahari serta melindungi dari pandangan yang tidak baik.

Pada motif *mental-spiritual* (psikologis), terdapat beberapa motif yaitu motif kepemilikan, motif persaingan dan status, motif hubungan dan motif beragama. Secara umum remaja pada motif ini membeli pakaian adalah untuk memiliki pakaian sesuai keinginan dan memiliki pakaian dengan jumlah yang banyak serta untuk koleksi. Hal ini jika dibiarkan terus menerus akan jatuh pada *mubadzir*. Sedangkan dalam Islam diajarkan untuk sederhana.

Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur menjelaskan prinsip kesederhanaan salah satunya yaitu tidak dianjurkan untuk boros dan berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu karena akan jatuh kedalam *mubadzir*. Berlebih-lebihan merupakan sesuatu yang melampaui batas. Tafsir ebagaimana dijelaskan dalam al-Quran sesuai firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 87:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحَرِّمُوْا طَيِّبٰتِ مَآ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا
 اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang Telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*

Arti penting dari ayat ini adalah kenyataan bahwa jarang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada tubuh. Begitupun dengan konsumsi lainnya, segala sesuatu tidak baik jika berlebihan. Perilaku konsumtif remaja dalam motif kepemilikan karena keinginan dan untuk koleksi tidak sejalan dengan prinsip kesederhaan ((As-Shiddiegy, 2011: 693).

Motif persaingan dan status juga menjadi alasan beberapa remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso mengkonsumsi pakaian dalam perspektif status yaitu berusaha menyesuaikan dengan lingkungan pertemanan, untuk gengsi serta gaya hidup sesuai dengan *trend* yang sedang berkembang.

Motif hubungan yang penulis temui yaitu motif hubungan pertemanan dan saudara juga menjadi pengaruh dan alasan sebagian kecil atau minoritas remaja untuk membeli pakaian.

Pada motif beragama seharusnya remaja membeli pakaian dengan tujuan kebutuhan dan mengikuti perintah Allah Swt tentang ketentuan konsumsi karena kebutuhan dan aturan tentang kriteria pakaian seorang muslim ataupun muslimah. Serta hendaknya sesuai dengan prinsip konsumsi Islam salah satunya yaitu prinsip kesederhanaan yang dijelaskan dalam Al-quran sesuai firman Allah Swt dalam surat Al-Maidah ayat 87 tentang kesederhanaan dan larangan melampaui batas. Namun yang terjadi dilapangan baru sebagian kecil remaja yang membeli pakaian untuk kebutuhan serta belum sesuai aturan agama tentang konsumsi dan pakaian.

Dari penjabaran diatas dapat diketahui bahwa motif-motif yang menjadi pendorong remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso melakukan kegiatan konsumsi pakaian belum sepenuhnya sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, terdapat tiga poin pokok yang mendasari kegiatan konsumsi pakaian belum sesuai dengan perspektif ekonomi Islam diantaranya, remaja mengkonsumsi atau membeli pakaian sebagian besar bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan (nafsu) semata demi kepuasan yang akan didapatkan, hal ini dibuktikan dengan adanya remaja yang mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk koleksi, hal ini akan menimbulkan

pemborosan dan jatuh kedalam *mubadzir*, sementara kegiatan mengoleksi pakaian yang dilakukan remaja belum sesuai atau dengan tingkat taraf ekonomi remaja tersebut untuk melakukan kegiatan seperti itu.

Selanjutnya motif remaja mengkonsumsi atau membeli pakaian karena keinginan remaja untuk mendapat pujian dimana hal itu berdampak pada pemaksaan diri terhadap pembelian sesuatu yang tidak perlu. Terlebih ada beberapa remaja yang mengorbankan dana untuk kebutuhan penting lainnya demi mencukupkan dana untuk membeli pakaian yang diinginkan.

Poin pokok yang terakhir kegiatan mengkonsumsi atau membeli pakaian yang dilakukan remaja pada motif keagamaan memang dengan niat atau keinginan untuk menutup aurat, akan tetapi dalam pelaksanaannya hal tersebut belum terwujud dengan baik, ini dibuktikan dengan remaja masih mengkonsumsi atau membeli pakaian baju lengan pendek, pakaian yang ketat atau belum menutup aurat.

Padahal dalam Islam hendaklah seseorang memenuhi kebutuhannya bukan sekedar memenuhi keinginan seperti keinginan untuk mengoleksi pakaian, untuk mendapatkan pujian serta hendaklah mengkonsumsi atau membeli pakaian yang menutup aurat atau sesuai aturan syariat Islam, bukan sekedar membeli berdasarkan gaya pakaian yang sedang berkembang namun seperti yang terjadi pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam” yang telah penulis uraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa motif konsumsi pakaian pada remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso terdiri dari motif *fisiologis* (motif perlindungan diri), motif *mental-spiritual (psikologis)* terdiri dari motif kepemilikan, motif persaingan dan status, motif hubungan dan motif beragama. Pada motif *fisiologis* mayoritas remaja mengkonsumsi pakaian sesuai dengan kebutuhan yaitu perlindungan diri namun, sebagian untuk bergaya dan menghias diri.

Motif *psikologis*, mayoritas remaja melakukan kegiatan konsumsi pakaian untuk memenuhi keinginan. Motif kepemilikan untuk keinginan dan koleksi remaja ingin memiliki pakaian karena hasrat, motif persaingan dan status remaja membeli pakaian untuk gengsi, gaya hidup dan status sosial dianggap sangat penting. Motif hubungan, remaja mengikuti ajakan teman membeli pakaian walaupun bukan termasuk kedalam kebutuhan. Serta dalam motif agama remaja dalam membeli pakaian tidak sesuai dengan peraturan pakaian dalam Islam, remaja masih membeli pakaian yang belum sempurna menutup aurat. Motif konsumsi pakaian remaja sebagian besar untuk memenuhi keinginan yaitu keinginan untuk mengikuti *trend*, status sosial dan gengsi dari pada untuk memenuhi kebutuhan. Serta dalam motif ekonomi dipengaruhi oleh kemampuan keuangan dan harga namun, masih ada remaja dalam mengkonsumsi atau membeli pakaian secara ekonomi tidak sesuai antara kemampuan keuangan yang mereka punya dengan harga barang yang mereka inginkan

Motif konsumsi pakaian remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso belum sepenuhnya sesuai dengan perspektif ekonomi Islam karena mengkonsumsi berdasarkan keinginan semata bukan kebutuhan,

belum sesuai dengan prinsip kesederhanaan yaitu mengkonsumsi atau membeli pakaian untuk koleksi yang jatuh pada *mubadzir* dan adanya pemaksaan diri dalam memenuhi keinginan mengoleksi pakaian yang belum sesuai dengan taraf tingkat ekonomi remaja tersebut. Mengharapkan pujian dari pihak lain dan mengkonsumsi atau membeli pakaian yang belum menutup aurat secara sempurna serta motif-motif remaja yang secara umum belum sejalan dengan ajaran Islam.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu agar remaja pada Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso mengkonsumsi pakaian berdasarkan kebutuhan bukan keinginan, baik dalam motif *fisiologis* maupun motif *mental-spiritual (psikologis)* supaya tidak terjadi lagi kegiatan konsumsi pakaian sekedar untuk gengsi, status, gaya hidup serta sesuai dengan antara kemampuan keuangan dengan harga pakaian agar tidak mengorbankan kebutuhan lain demi memenuhi keinginan dalam mengkonsumsi atau membeli pakaian serta tidak terjadi lagi pemaksaan diri terhadap keinginan mengonsumsi pakaian untuk koleksi namun tidak setara dengan taraf atau tingkat ekonomi remaja tersebut.

Remaja hendaklah memahami tentang motif dan prinsip konsumsi pakaian dalam Islam, seperti mampu mempertimbangkan tujuan, manfaat yang didapat serta memahami aturan berpakaian seorang muslim ataupun muslimah sebelum membeli pakaian supaya tidak ada lagi konsumsi pakaian yang tidak didasarkan pada motif keagamaan, tidak menutup aurat serta tidak sesuai aturan syariat Islam.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alfansyur, A dan Mariyani. (2020). *Seni Pengolahan Data Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial, Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*. Vol 5. No. 2
- Andi, B. S. (2014). Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Studia Islamika*, Vol 11. No 2
- Anggito, A dan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Suka Bumi. CV Jejak.
- Anggraini, R. S. dan F. H. Santhoso. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja, *E-Jurnal GAMA JOB*. Vol 3. No. 3
- Ariani, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Di Kabupaten Nagan Raya, *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia*. Vol 1. No 1
- Chalil, F. Z. (2009). *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- David, L. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran, *Jurnal E-Biomedik (EBM)*. Vol 3. No 1
- Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Jurnal ISTIGHNA*. Vol 1. No 1
- Fadhli, K., S. R. Himmah dan A. Taqiyuddin. (2021). Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19., *Jurnal Education and Development*. Vol 9. No 3
- Fahlefi, R. (2021). *Ekonomi Mikro Islam*. Batusangkar: IAIN Batusangkar.
- Fauzi, A. (2016). Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol 1. No 1
- Furqon, I. K. (2018). Teori Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol 06. No 1
- Gampito. (2014). *Ekonomi Mikro Islam*. Batusangkar: STAIN Batusangkar Press.
- Griskevicius, V dan Kenrick, D. T. (2013). Fundamental Motives: How Evolutionary Needs Influence Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, Vol 23. No 3

- Hamid, A. (2018). Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat. *Jurnal EBIS*. Vol 3. No 1
- Hardani, et.al . (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hendrariningrum, R. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi, *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 6. No 2
- Huda, N., et.al. (2008). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*. Jakarta: Kencana.
- Ilyas, R. (2016). Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal At-Tawassuth*. Vol 1. No 1
- Indrianawati, E. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya, *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol 3. No 1
- Irsyad, M. (2012). *Jilbab Terbukti Memperlambat Penuaan dan Kanker Kulit*. Yogyakarta: Mutiara Media.
- Lestarina, E., et.al. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, Vol 2. No 2
- Liling, A. (2019). Konsep Utility dalam Prilaku Konsumsi Muslim. *Jurnal Balanca*. Vol 1. No 1
- Lutfi, M. (2019). Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. *Jurnal Syar'ie* Vol 1
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Najati, U. M. (2005). *Psikologi Dalam Al-Qur'an*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nasution, E. M., et.al. (2007). *Pengenalan Ekskutif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2008. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol 3. No 1

- Saraswati, M dan Wildaningsih, I. (2008). *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Sarwono, W.S. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Satori, D dan Riduwan. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Dinar*, Vol 1. No 2
- Sitepu, N. I. (2016). Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 2. No 1
- Surbakti, K. (2017). Pengaruh Game Online Pada Remaja, *Jurnal Curere*. Vol 1. No 1
- Wahyuni, S. (2013). Teori Konsumsi Dan Produksi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Akuntabel*, Vol 10. No 1
- Welbey, P., et.al (2002). *The Economic Psychology of Everyday Life*. USA: Psychology Press.
- Yuliadi, I. (2019). *Teori Eknomi Makro Islam*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

PEDOMAN WAWANCARA

Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi Pakaian	Nama Informan		
	Suci Ramadhani Edli	Putri Antdiva A	Yulia Ningsih
Secara fisik	Untuk melindungi tubuh dari panas dan dingin	Untuk melindungi tubuh dari cuaca	Untuk menutup tubuh
Terjaga atau terlindungi	Iya untuk terjaga dan terlindungi	Sudah pasti, karena harus menutup aurat	Terkadang, tidak terlalu memikirkan manfaat terjaga
Menutup aurat	Iya, namun masih ada baju yang belum menutup dengan sempurna	Iya, sudah pasti	Baru sebagian
Mengikuti <i>style</i>	Iya tapi tergantung selera	Tidak, karena membeli sesuai kebutuhan	Kadang-kadang
Memenuhi kebutuhan atau mengikuti <i>trend</i>	Keduanya, kadang membeli sesuai kebutuhan dan keinginan	Kebutuhan karena <i>trend</i> tidak akan ada habisnya	Untuk mengikuti <i>trend</i>
Kepemilikan	Ingin memiliki baju tersebut	Lebih untuk kebutuhan, keinginan pernah tapi jarang	Memiliki karena ingin dan karena butuh
Koleksi	Untuk koleksi warna lengkap	Tidak karena berkemungkinan pakaian tidak terpakai	Iya untuk koleksi
Konteks sosial	Menyesuaikan dengan lingkungan pertemanan agar tidak terlihat berbeda dari teman	Menyesuaikan dengan lingkungan dan aturan	Untuk gaya hidup yang sedang berkembang
Pujian	Tidak	Tidak sebab berpakaian untuk diri sendiri	Tergantung situasi
Status sosial	Iya, agar tidak dianggap kuno oleh	Tidak, karena dimasyarakat	Tidak, terutama kepuasan diri

	teman	tidak berlaku status sosial berdasar pakaian	sendiri
Hubungan atau ajakan orang lain	Membeli untuk keinginan sendiri dan kurang tertarik dengan ajakan teman	Keinginan sendiri	Ajakan orang lain dan keinginan sendiri
Sikap atau Menyikapi konsumsi remaja saat ini	Tidak terlalu terpengaruh dari teman dan berusaha untuk tidak terpengaruh	Prihatin dan mengkhawatirkan, serta berusaha tidak terpengaruh	Mengikuti remaja lain agar tidak ketinggalan mode
Keagamaan	Berusaha untuk menutup aurat dan melindungi diri	Sebagai seorang muslimah untuk menutup aurat	Untuk menutup aurat
Sesuai perintah agama	Sebagian sudah sesuai	Sudah sesuai	Ada yang sudah dan ada yang belum
Corak berdasar aturan agama	Sebagian, karena ada baju dengan gambar kurang pantas dan terlalu mencolok	Sudah sesuai aturan agama misal warna dan baju longgar	Sudah sesuai
Ekonomi	Memenuhi kebutuhan sesuai kemampuan ekonomi	Mengkonsumsi untuk kebutuhan sandang	Memenuhi keinginan berdasarkan uang yang ada
Sesuai kemampuan keuangan	Iya	Selalu, jika tidak sesuai akhirnya tidak akan terbeli	Iya, tapi jika tidak sesuai bisa membeli secara kredit
Mengesampingkan kebutuhan lain	Tidak pernah	Pernah, karena terdesak	Pernah, tapi jarang
Budget per 6 bulan	Rp. 300.000 tapi tidak pasti	Tidak menentu namun skitar Rp.600.000	Sekitar Rp.300.000
Jumlah pembelian per tahun	Kurang lebih lima kali	Kurang lebih sepuluh kali	Tidak pasti dan tidak menentu

PEDOMAN WAWANCARA

Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi Pakaian	Nama Informan		
	Vira Virdayanti	Adelia Safitri	Mutya
Secara fisik	Untuk menutup tubuh	Untuk melindungi tubuh	Untuk melindungi tubuh dari panas dan ancaman lain
Terjaga atau terlindungi	Kadang-kadang	Kadang-kadang untuk menjaga diri dari pandangan orang lain	Iya untuk terjaga dari pandangan yang tidak baik
Menutup aurat	Iya tapi tidak selalu	Tidak selalu	Iya
Mengikuti <i>style</i>	Kadang-kadang	Terkadang tapi lebih ke jarang	Iya, mengukit <i>style</i> dan <i>trend</i>
Memenuhi kebutuhan atau mengikuti <i>trend</i>	Lebih untuk mengikuti <i>trend</i>	Memenuhi kebutuhan	Keduanya, untuk kebutuhan dan mengikuti <i>trend</i>
Kepemilikan	Memiliki untuk keinginan tapi sesuai situasi	Memiliki karena butuh	Untuk kebutuhan dan keinginan memiliki
Koleksi	Iya, untuk koleksi mode pakaian	Tidak, tapi ada kadang-kadang	Terkadang untuk koleksi warna dan mode pakaian
Konteks sosial	Untuk gaya hidup	Menyesuaikan dengan lingkungan pertemanan	Menyesuaikan dengan lingkungan sosial, rumah dan pertemanan
Pujian	Tidak	Tidak	Tidak
Status sosial	Tidak selalu	Tidak karena sesuai keinginan sendiri	Kadang, agar tidak dianggap ketinggalan zaman
Hubungan atau ajakan orang lain	Sesuai keinginan sendiri dan ajakan orang lain	Tentu berdasarkan keinginan bukan ajakan	Lebih kepada keinginan sendiri, tidak ajakan orang lain
Sikap atau Menyikapi	Mengikuti remaja lain untuk <i>trend</i>	Tidak peduli dan tidak terlalu	Mengikuti teman

	tertentu	terpengaruh	
Keagamaan	Untuk menutup aurat	Tidak tau	Sebagai penutup tubuh atau aurat
Sesuai perintah agama	Belum sesuai, yang sesuai seperti gamis tapi sedikit	Ada yang sesuai dan ada yang belum (sebagian)	Sudah sesuai
Corak sesuai aturan agama	Sudah sesuai	Sudah sesuai karena warna pakaian yang tidak mencolok	Baru sebagian
Ekonomi	Memenuhi keinginan sebesar anggaran	Membeli sesuai dana yang saya punya	Memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai <i>budget</i>
Sesuai kemampuan	Iya tapi kadang melebihi kemampuan keuangan	Selalu	Iya membeli pakaian sesuai kemampuan
Mengesampingkan kebutuhan lain	Pernah seperti uang untuk membeli buku digunakan untuk membeli baju	Tidak pernah	Tidak karena uang untuk baju ya untuk baju, uang makan memang untuk membeli makanan
<i>Budget</i> per 6 bulan	Kurang lebih Rp.400.000	Kurang lebih Rp.500.000	Kurang lebih Rp.500.000
Jumlah pembelian per tahun	Tidak menentu	Kurang lebih sepuluh kali	Sekitar sepuluh kali

PEDOMAN WAWANCARA

Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi Pakaian	Nama Informan		
	Shafiyah Dewi Fitri	Nurul Amaliyah	Meli Handayani P
Secara fisik	Untuk menutup tubuh	Ingin menutup tubuh agar terlindungi dari matahari	Agar tidak terkena panas atau dingin udara
Terjaga atau terlindungi	Iya, terjaga dari pandangan orang lain	Tidak selalu	Lebih sering iya, untuk terjaga dari pandangan tidak baik
Menutup aurat	Iya selalu	Iya untuk menutup aurat	Iya
Mengikuti <i>style</i>	Terkadang mengikuti <i>trend</i> terkadang tidak	Tidak selalu	Kadang-kadang, lebih sesuai keinginan
Memenuhi kebutuhan atau mengikuti <i>trend</i>	Mengutamakan kebutuhan dari pada <i>trend</i>	Memenuhi kebutuhan adalah yang utama	Lebih memprioritaskan kebutuhan dari pada keinginan
Kepemilikan	Memiliki sesuai dengan kebutuhan dan keinginan	Karena ingin dan karena butuh	Ingin memiliki untuk keinginan dan kebutuhan
Koleksi	Memang untuk kebutuhan sebagian untuk koleksi	Sesekali iya	Kadang-kadang, mengoleksi model pakaian
Konteks sosial	Menyesuaikan dengan lingkungan pertemanan	Menyesuaikan dengan lingkungan tempat tinggal	Menyesuaikan dengan lingkungan pertemanan
Pujian	Tidak mengharapkan pujian	Tidak, karena murni untuk keinginan sendiri	Tidak
Status sosial	Jarang, sekali-sekali ada untuk status sosial	Tidak selalu	Terkadang iya, tapi lebih pada keinginan sendiri
Hubungan atau ajakan orang lain	Jika diajak teman tapi ditolak karena	Berdasarkan keinginan sendiri	Jika sesuai uang dan gaya baru

	lebih pada keinginan sendiri		menerima ajakan teman
Sikap atau Menyikapi	Tidak terlalu terpengaruhi jadi biasa saja	Tidak terlalu terpengaruh dan tidak tertarik	Tidak terlalu terpengaruh dan tidak mau terlalu mengikuti mereka
Keagamaan	Untuk menutup aurat dan sebagai identitas muslimah	Sebagai identitas seorang muslimah dan menutup aurat	Untuk menutup aurat
Sesuai perintah agama	Sudah sesuai	Sudah sesuai	Ada yang belum sesuai seperti baju yang dikenakan dirumah tidak menutup aurat sempurna
Corak sesuai aturan agama	Sudah sesuai karena selektif dalam membeli	Sudah sesuai dari warna dan gambar	Menurut saya sudah sesuai
Ekonomi	Membeli sesuai keuangan	Memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai kemampuan keuangan	Membeli dengan uang sendiri
Sesuai kemampuan	Selalu	Tergantung, jika kurang sesuai bisa dibeli kredit	Jika harga kurang cocok, bisa dibeli dengan cara cicilan
Mengesampingkan kebutuhan lain	Tidak pernah karena membeli selalu sesuai <i>budget</i>	Tidak pernah	Pernah, seperti uang untuk makanan dipakai untuk membeli baju
<i>Budget</i> per 6 bulan	Rp. 300.000	Sekitar Rp.300.000	Kurang lebih Rp.2000.000
Jumlah pembelian per tahun	Tergantung, kurang lebih lima kali	Kurang dari sepuluh kali	Kurang lebih dua puluh kali

PEDOMAN WAWANCARA

Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam
Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi Pakaian	Nama Informan		
	Hanifatul Khairi	Indah Pratiwi	Nofvel Permata S
Secara fisik	Melindungi tubuh bukan menghias tubuh	Menutup dan melindungi tubuh	Untuk menghias tubuh
Terjaga atau terlindungi	Tidak selalu tapi lebih sering iya	Tidak selalu	Iya terlindungi dari pandangan tidak baik
Menutup aurat	Tidak selalu	Tidak selalu	Iya baru sebagian saja
Mengikuti <i>style</i>	Berusaha menahan diri untuk tidak terpengaruh dengan <i>trend</i>	Iya mengikuti <i>style</i>	Iya, tapi baru-baru ini
Memenuhi kebutuhan atau mengikuti <i>trend</i>	Untuk keduanya, kebutuhan terkadang untuk <i>trend</i>	Membeli untuk keinginan dan kebutuhan	Untuk mengikuti <i>trend</i> baru kebutuhan
Kepemilikan	Sesuai keinginan dan kebutuhan	Untuk kebutuhan baru untuk keinginan	Ingin punya banyak baju atau pakaian
Koleksi	Tidak pernah	Tidak	Iya, untuk menambah baju
Konteks sosial	Menyesuaikan dengan gaya pertemanan	Menyesuaikan dengan lingkungan dan zaman	Untuk gaya hidup sesuai <i>trend</i> dilingkungan
Pujian	Tidak	Tidak	Terkadang agar dianggap mengikuti <i>trend</i>
Status sosial	Lebih tergantung kenyamanan dan kebutuhan	Kadang-kadang, tapi lebih untuk kenyamanan	Kadang-kadang iya
Hubungan atau ajakan orang lain	Kurang tertarik dengan ajakan teman	Lebih pada keingina sendiri	Ajakan dan selera sendiri
Sikap atau Menyikapi	Berusaha dan tidak mau terpengaruh	Berusaha tidak terpengaruh	Melihat teman mengikuti <i>trend</i> ,

		dengan remaja lain	mengikuti mereka juga tapi sesuai selera sendiri
Keagamaan	Untuk menutup aurat	Untuk menutup aurat	Untuk menutup aurat
Sesuai perintah agama	Baru sebagian	Ada yang belum sesuai seperti celana yang ketat	Belum semua, karena ada baju dengan lengan pendek yang dikenakan
Corak sesuai aturan agama	Baru sebagian	Baru sebagian yang sudah sesuai	Belum sesuai semua
Ekonomi	Membeli sesuai kemampuan	Membeli sesuai kemampuan keuangan	Memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai <i>budget</i>
Sesuai kemampuan	Selalu	Selalu	Sesuai, tapi kadang membeli secara kredit
Mengesampingkan kebutuhan lain	Tidak pernah	Pernah, memakai uang kebutuhan makan untuk membeli baju tapi itu jarang	Pernah tapi jarang
<i>Budget</i> per 6 bulan	Kurang lebih Rp.150.000	Kurang lebih Rp.200.000	Sekitar Rp.500.000
Jumlah pembelian per tahun	Kurang lebih lima kali	Kurang lebih lima kali	Lebih dari sepuluh kali

PEDOMAN WAWANCARA

Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi Pakaian	Nama Informan		
	Miftah	Suci Ramadani	Zahratul Aini
Secara fisik	Untuk menghias tubuh	Untuk bergaya-gaya	Melindungi tubuh dari bahaya
Terjaga atau terlindungi	Terlindungi seperti mengenakan gamis jadi terlindungi dari pandangan tidak baik	Mungkin tidak, karena ada baju yang agak terbuka	Iya
Menutup aurat	Sebenarnya tujuan iya tapi belum semua	Tidak, karena belum memenuhi aturan atau syariat	Iya
Mengikuti <i>style</i>	Iya sering untuk mengikuti <i>trend</i>	Ikut <i>style</i> , karena pengguna Tiktok jadi tau <i>style</i> yang sedang berkembang	Sekali-sekali
Memenuhi kebutuhan atau mengikuti <i>trend</i>	Untuk keinginan mengikuti <i>trend</i>	Untuk mengikuti <i>trend</i>	Untuk memenuhi kebutuhan
Kepemilikan	Karena butuh dan karena ingin sama dengan teman	Karena ingin, supaya seperti orang lain	Memiliki pakaian sesuai kebutuhan
Koleksi	Iya untuk koleksi motif dan mode baju	Untuk memperbanyak baju dilemari	Tidak, karena membeli untuk kebutuhan
Konteks sosial	Gaya hidup, gengsi dan kebutuhan	Untuk dilihat orang-orang, gengsi dan gaya hidup	Tidak terlalu jelas, lebih menyesuaikan lingkungan sosial
Pujian	Iya tapi tergantung	Iya, pujian dari teman	Tidak pernah
Status sosial	Iya kadang-kadang	Untuk gengsi dan gaya hidup	Tidak juga
Hubungan atau ajakan orang lain	Lebih pada keinginan dari ajakan	Berdasar ajakan orang lain dan pilihan sendiri	Lebih pada keinginan sendiri dari ajakan teman
Sikap atau	Berusaha tidak	Sama dengan	Remaja sekarang

Menyikapi	terpengaruh tapi kadang juga mengikuti <i>trend</i>	remaja lain sering mengkonsumsi pakaian	terlalu sering membeli pakaian jadi berusaha tidak seperti itu
Keagamaan	Untuk menutup aurat	Tidak jelas	Membeli sesuai aturan agam dan tidak untuk bermegah-megah karena dilarang dalam agama
Sesuai perintah agama	Ada yang sudah sesuai dan ada yang belum	Rata-rata belum	Sudah, tapi ada baju untuk dirumah tidak sesuai aturan
Corak sesuai aturan agama	Baru sebagian yang sesuai	Belum sesuai dari model, corak bunga-bunga tapi belum menutup aurat	Sudah sesuai
Ekonomi	Membeli sesuai keinginan dengan uang yang ada	Membeli pakaian tapi harga dan uang saya berbeda	Konsumsi dan harga sesuai <i>budget</i>
Sesuai kemampuan	Selalu	Belum, karena kadang meminjam uang teman atau di kredit	Selalu
Mengesampingkan kebutuhan lain	Tidak pernah	Pernah, uang makan untuk membeli baju	Tidak pernah
<i>Budget</i> per 6 bulan	Kurang lebih Rp.600.000	Kadang Rp.200.000 tapi sering menyicil membeli baju	Kurang lebih Rp.400.000
Jumlah pembelian per tahun	Kurang lebih lima belas kali	Bisa sepuluh kali	Lebih dari lima kali

PEDOMAN WAWANCARA

Motif Konsumsi Pakaian pada Remaja Jorong Sungai Emas Nagari Saruaso dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi Pakaian	Nama Informan		
	Melhania Rahmadani P	Retno Amalia Anisa	Yuke Zonata
Secara fisik	Untuk melindungi tubuh	Melindungi tubuh	Untuk bergaya dan untuk melindungi tubuh
Terjaga atau terlindungi	Iya selalu, terjaga dari pandangan tidak baik	Iya terlindungi dari pandangan tidak baik	Iya, pasti itu tujuan terlindung dari pandangan tidak baik
Menutup aurat	Iya tapi masih ada pakaian yang belum menutup aurat semua	Iya selalu	Iya tapi belum terealisasi sempurna
Mengikuti <i>style</i>	Tidak selalu tapi terkadang juga ikut	Kadang-kadang iya mengikuti <i>style</i>	Iya, kadang kebutuhan memang sesuai dengan <i>trend</i>
Memenuhi kebutuhan atau mengikuti <i>trend</i>	Sesuai kebutuhan karena belum bisa menghasilkan uang baru nanti <i>tren</i>	Memenuhi kebutuhan	Untuk keduanya
Kepemilikan	Untuk kebutuhan dan keinginan	Karena memang butuh atau sesuai kebutuhan	Punya sesuai kebutuhan
Koleksi	Iya, kadang ingin koleksi banyak variasi seperti warna dan mode	Kadang-kadang	Kadang-kadang memang untuk koleksi
Konteks sosial	Menyesuaikan lingkungan atau melihat dari teman	Tidak ada	Gaya hidup untuk diri sendiri
Pujian	Terkadang iya, seperti membeli pakaian bagus menurut orang lain	Tidak ada	Tidak, karena sesuai keinginan saya bukan pujian
Status sosial	Tidak selalu, tapi ada juga tergantung	Tidak ada juga	Terkadang seperti gaya hidup
Hubungan atau	Keduanya, karena	Berdasarkan	Keduanya, tertarik

ajakan orang lain	terkadang terpengaruh ajakan orang lain	keinginan sendiri dan tidak tertarik dengan ajakan orang lain	dengan ajakan teman dan saudara
Sikap atau Menyikapi	Berusaha untuk tidak terlalu tidak terpengaruh dengan sikap konsumtif remaja lain	Berusaha untuk tidak terpengaruh	Biasa saja dan tidak terpengaruh
Keagamaan	Untuk menutup aurat sesuai fungsi pakaian	Untuk menutup aurat	Untuk menutup aurat
Sesuai perintah agama	Sebagian, karena masih ada pakaian yang belum menutup aurat semua	Sudah sesuai semua	Belum semua, seperti baju kemeja lengan $\frac{3}{4}$
Corak sesuai aturan agama	Sudah sesuai	Sudah sesuai	Sudah sesuai
Ekonomi	Sesuai antara harga, kebutuhan dan anggaran	Disesuaikan dengan kemampuan atau harga dengan kebutuhan	Konsumsi sendiri dan melihat harga sesuai <i>budget</i>
Sesuai kemampuan	Selalu	Selalu	Sudah sesuai
Mengesampingkan kebutuhan lain	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah karena pribadi memang memprioritas adalah kebutuhan utama
<i>Budget</i> per 6 bulan	Kurang lebih Rp.200.000	Kurang lebih Rp. 170.000	Kurang lebih Rp.500.000
Jumlah pembelian per tahun	Kurang dari lima kali	Kurang dari lima kali	Kurang lebih sepuluh kali

LAMPIRAN



Putri Antdiva Ashari



Melhanisa Rahmadani



Suci Ramadani



Suci Ramadhani Edli



Zahratul Aini



Yuke Zonata



Retno Amalia Anisa



Yulia Ningsih



Vira VirdayantiA



Adelia Safitri



Nofvel Permata Sari



Nurul Amaliyah



Mutya



Hanifatul Khairi



Meli Handayani



Indah Pratiwi



Shaffiyah Dewi Fitri



Miftah