

**PERILAKU KONSUMSI *FASHION* MUSLIM PADA SANTRIWATI
PONDOK PESANTREN MUS-YQ PUTRI DESA KERJASAN KUDUS
PERSPEKTIF RASIONALITAS KONSUMSI MONZER KAHF**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

Minatus Najihah

NIM : 2105026008

**PRODI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Minatus Najihah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Minatus Najihah

NIM : 2105026008

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren
MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi
Monzer Kahf

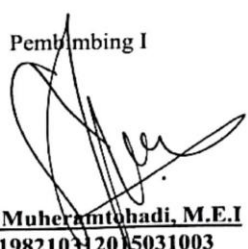
Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 5 Mei 2025

Pembimbing II

Pembimbing I


Singgih Muheramtohadhi, M.E.I
NIP. 198210312015031003


Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Minatus Najihah
NIM : 2105026008
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : “Perilaku Konsumsi Fashion Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren
MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer
Kahf”

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal: 2 Juni 2025.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarja strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 15 Juni 2025

Ketua Sidang

Ana Zahrotun Nihayah, M.A
NIP 198907082019032018

Sekretaris Sidang

Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP 19940503201903206

Penguji Utama I

Irma Istiariani, M.Si
NIP 19880708019032013

Penguji Utama II

Septiana Na'afi, M.S.I
NIP 198909242019032018



Pembimbing I

Singgih Muheramtohad, M.E.I
NIP. 198210312015031003

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

MOTTO

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya orang yang boros itu adalah saudara-saudara Syaitan, dan Syaitan itu adalah sangat kufur kepada Tuhannya.”

(Q.S Al-Isra' [17]:27)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini selama studi di UIN Walisongo Semarang. Sholawat serta salam juga dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan niat yang kuat, usaha, dan doa dari orang-orang terdekat, penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini dipersembahkan kepada mereka yang telah berperan penting dalam perjalanan penulis, antara lain yaitu:

1. Teruntuk keluarga, terkhusus untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Komaroni dan Ibu Nining Kastini yang senantiasa memberikan doa, semangat dan nasehat yang terbaik untuk penulis, serta kakak sekaligus menjadi teman seperjuangan dalam dunia perkuliahan Mafaza Nabila yang selalu memberikan semangat, dan do'a.
2. Teruntuk Dosen Pembimbing satu saya, Singgih Muheramtohad, M.E.I dan Dosen Pembimbing dua Fita Nurotul Faizah, M.E yang telah membimbing, mengarahkan serta memberi masukan pada skripsi ini sampai dengan selesai.
3. Teruntuk pengasuh Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Umi Naili Rochmah, serta pengurus pondok MUS-YQ Putri kakak Zahro Ahmad, Ibu Siti Fatimah dan pacar Kim Junkyu Mbak Siti Sholichah yang telah mengizinkan, memberikan tempat ternyaman dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini serta santriwati yang berpartisipasi atas skripsi ini.
4. Teman-teman tercintaku Aizzatul Muna, Anita Dyah Purnamasari, Fika Sahala, Fuji Rondlotul Haniah dan Ananda Nur Aulia yang selama diperkuliahan ini selalu memberikan support, menjadi teman seperjuangan sekaligus menjadi tempat penulis untuk mencurahkan keluh kesah dan mengukir kisah indah bersama.
5. Teman-teman seperjuangan skripsi Mu'afa Afif Rabbani, Eriana Salma Rusda, Uni Zulfa dan Ahmad Irfan yang banyak membantu, menemani dan memberi semangat kepada penulis dalam proses skripsi ini hingga akhir.
6. Teman-teman kelas seperjuangan EI A 21 yang selalu kebersamai, menjadi keluarga dimasa perkuliahan dari awal hingga akhir perkuliahan dan memberikan kenangan yang sangat manis selama ini.
7. Teruntuk idola K-Pop saya TREASURE, terimakasih kalian yang telah menjadi salah satu pendorong terselesaikannya skripsi ini dan penyemangat meski hanya lewat lagu-lagu yang kalian ciptakan yang senantiasa menemani hari-hari penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

8. Teruntuk diri saya sendiri, Minatus Najihah, terima kasih untuk diriku sendiri, yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah melewati malam-malam penuh lelah, tekanan, dan keraguan, namun tetap memilih untuk melanjutkan. Untuk setiap air mata yang jatuh diam-diam, untuk setiap doa yang dipanjatkan dalam sunyi, dan untuk semangat yang terus menyala meski nyaris padam aku bangga padamu. Terima kasih sudah bisa melewati semua rintangan dalam dunia perkuliahan sampai bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih atas semua perjuangan dan semangat Perjalanan ini tidak mudah, tetapi kau membuktikan bahwa ketekunan, keyakinan, dan doa mampu mengantarkan pada titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa kamu mampu, layak, dan pantas untuk terus melangkah lebih jauh.

Terimakasih untuk semua yang selalu ada dalam waktu senggang atas wawasan, pengalaman, serta do'a dan semangat yang telah diberikan. Akhirnya kupersembahkan karya sederhana, uuntuk ketulusan kalain semua. Semoga apa yang diimpikan akan menjadi kenyataan. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santrowati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf". Penulisan skripsi ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-1 (S1) Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Dalam Upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ferry Khusnul Mubarak, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Singgih Muheramtohad, M.E.I dan Fita Nurotul Faizah, M.E selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memotivasi kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sara prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Orang tua, teman-teman dan berbagai pihak atas bantuan, semangat dan motivasi kepada penulis.
7. Pengasuh Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa kerjasan Kudus serta para santriwati yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh sebab itu kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ekonomi syariah.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali beberapa sumber informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang menjadikan sebagai bahan rujukan.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Minatus Najihah

NIM : 2105026008

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam

Menyatakan Bahwa skripsi yang berjudul:

“Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan peulisan saya sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 8 Mei 2025

Yang menyatakan



Minatus Najihah

NIM.2105026008

PEDOMAN TRANSLITERASI

Merujuk pada keputusan bersama pada pedoman transliterasi No. 158 Th. 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi diartikan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en

و	Wau	W	w
هـ	ha'	H	ha
ء	Hamzah	,	apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam transliterasi bahasa Arab diganti berupa tanda atau harakat sebagai berikut:

اَ	Fathah (a)	تَبْرَكَ	Ditulis	<i>tabaaroka</i>
اِ	Kasrah (i)	إِلَيْكَ	Ditulis	<i>ilaika</i>
اُ	Dommah (u)	دُنْيَا	Ditulis	<i>dunyaa</i>

3. Vokal Panjang

Vokal panjang atau juga disebut sebagai Maddah ditransliterasikan berupa tanda dengan huruf seperti berikut:

Fathah + alif	<i>ā</i>	عَذَابٌ	Ditulis	<i>'adzābin</i>
Fathah + ya' mati	<i>ā</i>	وَعَلَى	Ditulis	<i>Wa'alā</i>
Kasrah + ya' mati	<i>ī</i>	جَمِيعٍ	Ditulis	<i>Jamī'in</i>
Dammah + wawu mati	<i>ū</i>	قُلُوبِنَ	Ditulis	<i>Qulūbana</i>

4. Vokal Rangkap

Dalam vokal rangkap maka dilambangkan dengan menggabungkan antara harakat dengan huruf, contohnya dilambangkan seperti dibawah ini:

Fathah + ya' mati (ai)	أَيُّهُمْ	Ditulis	<i>aitahum</i>
Fathah + wawu mati (au)	يَوْمَئِذٍ	Ditulis	<i>yauma-iziy</i>

5. Ta' Marbutoh

- Apabila *ta' marbutoh* hidup atau dibaca dengan harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah* maka ditulis dengan (t):

سَاعَةٌ	Ditulis	<i>saa'atu</i>
بَغْتَةٌ	Ditulis	<i>baghtatan</i>

b. Apabila *ta* 'marbutah mati atau di waqafkan maka ditulis dengan (h):

قِيَامَةٌ	Ditulis	<i>qiyaamah</i>
رَحْمَةٌ	Ditulis	<i>Qohmah</i>

6. Kata Sandang

a. Jika diikuti dengan huruf Syamsiyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah:

الرَّحْمَنُ	Ditulis	<i>ar-rohmaan</i>
الْشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>

b. Bila diikuti dengan huruf Qamariyyah maka ditulis dengan “al”:

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-qur'an</i>
الْإِنْسَانُ	Ditulis	<i>al-insan</i>

7. Syaddah

Tanda syaddah atau tasydid dilambangkan seperti contoh dibawah ini:

كُلَّ شَيْءٍ	Ditulis	<i>kulla syaiin</i>
يَتَّخِذُ	Ditulis	<i>Yattahiz</i>

8. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof ketika berada di tengah maupun di akhir kata. Namun jika hamzah terletak di awal kata maka dilambangkan dengan alif:

يَأْتِي	Ditulis	<i>ya-tii</i>
لِيُطْفِئُوا	Ditulis	<i>liyuthfi-uu</i>
أُولِيَاءَ	Ditulis	<i>aulyaaa-a</i>

9. Penulisan Kata dalam Rangkaian Kalimat

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا	Ditulis	<i>yaaa ayyuhalladziina amanuu</i>
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ	Ditulis	<i>wallohu bimaa ta'maluuna bashiir</i>

ABSTRAK

Perkembangan industri *fashion* muslim menunjukkan pertumbuhan signifikan seiring meningkatnya kesadaran religius dan tren global di kalangan generasi muda, termasuk di lingkungan pesantren. Fenomena ini memunculkan dinamika konsumsi yang menarik di kalangan santriwati, tidak hanya dipengaruhi oleh gaya dan kebutuhan tetapi juga oleh nilai-nilai spiritual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri berdasarkan perspektif Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam implementasinya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjatan, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Subjek penelitian terdiri atas santriwati dari jenjang MTs dan MA yang aktif dalam konsumsi produk *fashion* muslim dan memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati secara umum telah mencerminkan prinsip-prinsip rasionalitas Monzer Kahf, meskipun belum sepenuhnya menyeluruh. Pertimbangan konsumsi mencakup nilai estetika, pengaruh media sosial dan tren, latar belakang ekonomi, serta keyakinan religius dan pendidikan yang diperoleh. Santriwati cenderung memilih produk *fashion* yang sesuai dengan standar syariat dan menunjukkan kesadaran terhadap konsep kekayaan, skala waktu, serta keberhasilan hidup, meskipun implementasinya belum maksimal. Disisi lain, terdapat peluang berupa meningkatnya kesadaran identitas keIslaman dan tren *fashion* muslim yang memberikan ruang ekspresi positif, namun juga dihadapkan pada tantangan berupa pengaruh konsumtif dari media sosial, lingkungan luar pesantren, serta karakter individu santriwati itu sendiri. Penguatan pendidikan ekonomi Islam diperlukan agar santriwati dapat menyeimbangkan kebutuhan konsumsi, nilai religius, dan tanggung jawab sosial secara lebih matang dan rasional.

Kata kunci: Perilaku Konsumsi, *Fashion*, Rasionalitas, Monzer Kahf.

ABSTRACT

The development of the Muslim fashion industry has shown significant growth alongside the rising religious awareness and global trends among the younger generation, including those in Islamic boarding schools (pesantren). This phenomenon has sparked interesting consumption dynamics among female students (santriwati), influenced not only by style and necessity but also by spiritual values. This study aims to analyze the consumption behavior of Muslim Fashion among santriwati at MUS-YQ Putri Islamic Boarding School through the lens of Monzer Kahf's Theory of Rational Consumption and to identify the opportunities and challenges in its implementation.

This research employed a descriptive qualitative approach with data collection techniques consisting of observation, semi-structured interviews, and documentation. The study was conducted at MUS-YQ Putri Islamic Boarding School, located in Kerjasan Village, Kudus Regency, Central Java. The research subjects were female students from both junior and senior high school levels (MTs and MA) who actively engaged in consuming Muslim fashion products and understood the principles of Islamic economics.

The results indicate that the consumption behavior of santriwati generally reflects the rationality principles of Monzer Kahf, although not yet comprehensively. Their consumption decisions are influenced by aesthetic values, social media and trend exposure, economic background, as well as religious beliefs and educational attainment. The santriwati tend to choose fashion products that comply with sharia standards and demonstrate awareness of the concepts of wealth, time scale, and life success, even though their implementation is not yet optimal. On the other hand, there are opportunities in the form of increasing Islamic identity awareness and the growing Muslim fashion trend that provides space for positive self-expression, but these are also challenged by the consumptive influence of social media, external environments, and the individual characteristics of the santriwati themselves. Strengthening Islamic economic education is essential to enable santriwati to better balance consumption needs, religious values, and social responsibility in a mature and rational manner.

Keywords: *Consumer behavior, Islamic Fashion , Rationality, Monzer Kahf.*

DAFTAR ISI

HALAMAN

PERILAKU KONSUMSI <i>FASHION</i> MUSLIM PADA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MUS-YQ PUTRI DESA KERJASAN KUDUS PERSPEKTIF RASIONALITAS KONSUMSI MONZER KAHF	I
PERSETUJUAN PEMBIMBING	II
PENGESAHAN.....	III
MOTTO	IV
PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VII
DEKLARASI.....	VIII
PEDOMAN TRANSLITERASI	IX
ABSTRAK	XII
<i>ABSTRACT</i>	XIII
DAFTAR ISI.....	XIV
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR DIAGRAM	XVII
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
DAFTAR BAGAN.....	XIX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Tinjauan Pustaka.....	14
F. Metode Penelitian	19
G. Sistematika Penulisan	24
BAB II LANDASAN TEORI	25
A. Teori Konsumsi (<i>Consumption Theory</i>)	25
B. Perilaku Konsumsi (<i>Consumer Behavior</i>)	26
C. Perilaku Konsumsi Islam (<i>Islamic Consumption Behavior</i>)	28
D. Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.....	31
1. Biografi Monzer Kahf.....	31
2. Konsep Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.....	32
3. Teori Konsep Barang Monzer Kahf.....	35
4. Etika Konsumsi Monzer Kahf	36

E. <i>Fashion</i> Muslim Dalam Islam	37
F. Budaya Pondok Pesantren dan Gaya Hidup Santri	40
G. Analisis SWOT.....	42
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	44
A. Profil Pondok Pesantren Ma’had Al-‘Ulumisy Syar’iyyah lil Banat Yanbu’ul Qur’an Kudus.	44
1. Letak Geografis Pondok MUS-YQ Putri.....	44
2. Sejarah Pondok MUS-YQ Putri.....	44
3. Visi, Misi, dan Tujuan Pondok.....	45
4. Struktur Kurikulum Pondok MUS-YQ Putri	45
5. Struktur Organisasi	46
6. Kegiatan Santri	49
B. Data Kebutuhan Pondok Pesantren MUS-YQ Putri dan Kebutuhan Santriwati	51
C. Perilaku Konsumsi Santriwati MUS-YQ Putri.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Rasionalitas Konsumsi Menurut Monzer Kahf	61
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi <i>Fashion</i> Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ Putri Menurut Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf	61
2. Perilaku Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Berdasarkan Prinsip Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.....	72
B. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Dalam Perilaku Konsumsi <i>Fashion</i> Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ Putri.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA SANTRIWATI.....	104
DOKUMENTASI	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Guru Mengaji Al-Qur'an Pondok MUS-YQ Putri.....	47
Tabel 3. 2 Daftar Guru Mengaji Kitab Kuning Pondok MUS-YQ Putri	48
Tabel 3. 3 Daftar Karyawan Pondok MUS-YQ Putri	49
Tabel 3. 4 Jadwal Kegiatan Harian Santriwati Pondok MUS-YQ Putri	49
Tabel 3. 5 Jadwal Kegiatan Mingguan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri.....	50
Tabel 3. 6 Jadwal Bulanan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri	50
Tabel 3. 7 Jadwal Kegiatan Tahunan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri	50
Tabel 3. 8 Data Kebutuhan Pokok Pondok MUS-YQ Putri.....	51
Tabel 3. 9 Data Kebutuhan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri	51
Tabel 3. 10 Konsumsi <i>Fashion</i> Muslim Santriwati MUS-YQ Putri Dalam	54

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Persentase Produk yang Diminati Santriwati MUS-YQ Kudus.....	9
Diagram 1. 2 Persentase Alasan Mengonsumsi <i>Fashion</i> Santriwati MUS-YQ Kudus	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Reranking Negara Top 10 Modest <i>Fashion</i> 2023/2024.....	3

DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Kepengurusan Pondok Pesantren MUS-YQ Putri	46
Bagan 3. 2 Kepengurusan Madrasah Diniyah (Madin).....	47

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era revolusi Industri 4.0 merupakan perkembangan dari era globalisasi yang dipicu oleh perkembangan teknologi. Perkembangan ini tidak hanya membuka interaksi secara luas tetapi juga merubah berbagai kehidupan manusia dan memiliki dampak terjadinya perubahan pola hidup masyarakat.¹ Era revolusi industri 4.0 juga biasa disebut dengan zaman modern yang memiliki tingkat kemajuan disegala bidang dengan disertai masuknya budaya-budaya asing yang mulai mencampuri budaya Indonesia. Hal tersebut mengakibatkan melimpahnya pasokan barang publik saat ini. Melimpahnya pasokan barang publik membuat barang dan jasa dapat mempengaruhi kegiatan pembelian dan penggunaan suatu barang ataupun jasa. Salah satu barang publik yang melimpah saat ini yaitu industri *fashion*.

Fashion merupakan gaya dalam berpakaian yang tidak akan ada habisnya karena *fashion* akan terus berubah dan akan lebih inovatif setiap waktunya. Dalam hal ini kaum perempuan yang tergolong remaja dan dewasa yang paling mendominasi dalam mengikuti trend *fashion* di setiap waktunya.² Seperti adanya fenomena trend hijab influencer dan OOTD (*Outfit Of the Day*) di media sosial. Contohnya tren hijab dari *influencer* terkenal seperti Dian Pelangi, Ria Ricis dan trend OOTD dari artis luar negeri seperti artis korea yang memiliki pengaruh besar terhadap daya beli masyarakat terhadap *fashion*. Fenomena tersebut membuat masyarakat membeli trend yang sedang populer di Indonesia belakangan ini.

Menurut data yang diterbitkan oleh perusahaan McKinsey & Company, industri *fashion* di dunia diperkirakan akan tumbuh dengan laju tahunan sekitar 8,94% antara 2024-2029, dan diprediksi mencapai nilai pasar sebesar \$1,183 miliar pada tahun 2029. Peningkatan ini didukung oleh adanya permintaan konsumen yang stabil dan perubahan perilaku konsumen terutama generasi milenial yang dipengaruhi oleh tren di media sosial dan FOMO (*Fear of Missing Out*).³ Menurut data yang rilis oleh Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS RI) pada tahun 2024 penduduk di Indonesia yang memiliki rentang umur mulai dari 15 tahun keatas berkisar 7,86% atau setara dengan 22.122.887

¹ Banu Prasetyo And Umi Trisyanti Trisyanti, "Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial," *IPTEK Journal Of Proceedings Series 0*, No. 5 (2018): 22–27.

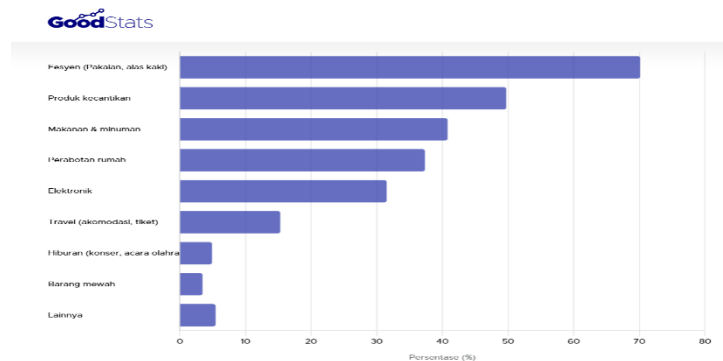
² Universitas Ciputra, "*Fashion* : Pengertian, Fungsi, Macam Dan Manfaat," *Universitas Ciputra*, Last Modified 2022, <https://www.ciputra.ac.id/fdb/fashion-pengertian-fungsi-macam-dan-manfaat/>.

³ McKinsey & Company, *The State Of Fashion 2024 : Finding Pockets Of Growth As Uncertainty Reigns*, 2023, https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion-2024#.

jiwa yang dikatakan menginjak masa remaja beranjak dewasa.⁴ Yang mana pada masa tersebut merupakan masa dimana seseorang sedang gencar-gencarnya memilih dan menunjukan gaya hidup masing-masing.

Menurut data yang diterbitkan oleh GoodStats, produk *fashion* di Indonesia sendiri juga mengalami peningkatan dan yang menjadi kategori paling banyak dibeli terlebih secara online. Seperti yang ditunjukkan pada statistik berikut:

Gambar 1. 1 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia



Sumber : <https://data.goodstats.id/statistic/produk-Fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>

Gambar diatas menunjukkan bahwa mencakup 70,13% dari total pembelian di platform *e-commerce*, *fashion* saat ini sedang mengalami kenaikan yang cukup pesat.⁵ Data tersebut menggambarkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pembelian produk *fashion* secara online yang sejalan dengan bertambahnya minat masyarakat untuk membeli pakaian, aksesoris, dan produk sejenis melalui platform digital. Tren ini didukung oleh kemudahan akses berbelanja, banyaknya variasi produk yang tersedia, serta berbagai penawaran menarik yang sering diberikan oleh marketplace. Selain itu, perkembangan akses internet dan meningkatnya penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari turut memperkuat dominasi produk *fashion* dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.

Dunia *fashion* memiliki beragam jenis kategori model yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan individu. Adapun *fashion* yang saat ini sedang di gemari oleh kalangan remaja dan dewasa di Indonesia yaitu kategori *fashion* kasual dan *fashion* muslim. Keduanya memiliki peminat yang hampir sama yaitu 54% untuk *fashion* kasual dan 53%

⁴ BPS RI, *Badan Pusat Statistik-Jumlah Penduduk Usia 15 Tahun Keatas Menurut Golongan Umur, 2024* (Jakarta, 2024), <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/Nze1izi=/Jumlah-Penduduk-Usia-15-Tahun-Ke-Atas-Menurut-Golongan-Umur.html>.

⁵ Siti Sarah Jauhari, *Produk Fashion Jadi Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di Online Shop, 2023*, <https://data.goodstats.id/statistic/produk-Fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-Wnrzx>.

untuk *fashion* muslim.⁶ *Fast fashion* memiliki 70,13% peminat karena produk *fashion* ini mendominasi platform *e-commerce*.⁷ Dan yang paling banyak diminati belakangan ini di Indonesia yaitu *K-Fashion (Korean style)* dengan angka 200% peminat sejak tahun 2022 hingga saat ini. Hal ini dikarenakan sedang maraknya budaya Korea Selatan yang masuk di Indonesia saat ini.⁸

Menurut laporan *State of the Global Islamic* (SGEI) 2023, sektor *modest fashion* global terus mengalami kenaikan yang signifikan. Pada tahun 2021 konsumen muslim dalam berbelanja mencapai \$295 miliar dan diperkirakan akan tumbuh hingga \$375 miliar pada tahun 2025. Indonesia menjadi salah satu pemain utama dalam industri ini peringkat tinggi dalam indikator ekonomi Islam global untuk sektor *modest fashion*.⁹ Negara Indonesia mempertahankan posisi ketiga dalam *modest fashion indicator* di seluruh *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)*. Industri gaya hidup Islam juga mengalami perkembangan pesat di Negara Indonesia. Adapun data 10 negara tertinggi di bidang *modest fashion*:

Gambar 1. 2 Data Rangkang Negara Top 10 Modest Fashion 2023/2024



Modest Fashion	
TOP 10	
1	Türkiye
2	Malaysia
3	Indonesia
4	Singapore
5	Italy
6	Spain
7	China
8	United Arab Emirates
9	United Kingdom
10	Germany

Sumber : *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*

Kementerian Perdagangan Indonesia menargetkan untuk menjadikan Negara Indonesia sebagai pusat global *modest fashion* dan telah memulai bermacam kemitraan dengan kemitraan lain serta sektor swasta untuk mencapai tujuan tersebut. Jakarta

⁶ Redaktur Suara Rantau, *Tren Fesyen 2024, Produk Pakaian Kasual Dan Muslim Paling Banyak Diminati*, 2024, <https://www.suararantau.com/tren-fesyen-2024-produk-pakaian-kasual-dan-muslim-paling-banyak-diminati/>.

⁷ Jauhari, *Loc.Cit.*

⁸ Lewkin Unnnie, "Korean Fast Fashion Fact You Should Know," *Lewkin*, Last Modified 2024, <https://lewk.in/en-co/blogs/style-blog/fast-fashion-facts>.

⁹ Salam Gateway Staff, "SGEI Report 2023/24: Modest Fashion Stand Tall Amid Mainstream Brands," 2024, <https://salamgateway.com/story/sgei-report-202324-modest-fashion-stands-tall-amid-mainstream-brands>.

Muslim *Fashion Week* menjadi salah satu acara utama dalam sektor ini.¹⁰ Menurut Zulkifli Hasan Menteri Perdagangan Republik Indonesia mengatakan bahwa *fashion muslim* menjadi salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan populasi penduduk yang mayoritas berAgama Islam, Indonesia menjadi pusat *fashion muslim* di dunia. Tren busana muslim menjadi lebih variatif dengan desain yang lebih modern sehingga diminati oleh pasar global. *Fashion muslim* ini memiliki potensi yang diperkirakan mencapai \$375 miliar pada tahun 2025.¹¹ Salah satu contohnya dengan adanya tren hijab di kalangan wanita Muslim, terutama Generasi Z, mendorong pertumbuhan produk seperti pada produk CV. Rabbani Asysa. Meskipun bersaing ketat dengan Zoya dan Elzatta, Rabbani mampu meningkatkan penjualan hijab selama pandemi Covid-19 (2019-2021).¹²

Menurut data Kementrian Agama, jumlah pesantren di Indonesia saat ini berkisar sebanyak 41.220 dari beberapa kabupaten dan kota.¹³ Salah satunya dari kabupaten dan kota di Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah memiliki sekitar 3.719 Pondok pesantren yang menyebar di seluruh kabupaten dan kota dengan total santri 871.177 jiwa. Salah satunya di Kabupaten Kudus yang nantinya akan menjadi tempat penelitian ini. Kabupaten Kudus sendiri memiliki sebanyak 113 pondok pesantren yang diketahui memiliki santri sebanyak 26.142 jiwa.¹⁴ Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian di salah satu pondok pesantren yang berada di kabupaten kudus yaitu Pondok Pesantren Ma'had Al-Ulumissyar'iyah lil Banat Yanbu'ul Quran (MUS-YQ Putri) di Desa Kerjasan Kota Kudus Jawa Tengah.

Pondok MUS-YQ Putri ini memiliki santri perempuan (santriwati) yang merupakan remaja kisaran umur 13-18 tahun atau termasuk katogori remaja Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA). Pondok MUS-YQ Putri ini merupakan pondok pesantren yang tergolong salaf modern, yang mana didalamnya digabungkan antara ajaran salaf tradisional dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini. Pondok pesantren MUS-YQ Putri diamanatkan atau dikelola oleh Alm. KH. Ahmad Munfaat

¹⁰ SGIER, *State Of The Global Islamic Economy Report*, Dinarstandard, 2023, <https://Haladinar.io/Hdn/Doc/Report2018.Pdf>.

¹¹ Kintan Nabila, *Hypereport: Geliat Industri Fashion Indonesia Dan Posisinya Di Kancah Global*, 2024, <https://Hypeabis.Id/Read/42402/Hypereport-Geliat-Industri-Fashion-Indonesia-Dan-Posisinya-Di-Kancah-Global>.

¹² Nurudin, "The Influence Of Islamic Branding And Online Cunsomer Review On Purchase Decisions For Rabbani Hijab Products," *Ilmiah Bisnis Jurnal* 3, No. 1 (2023): 20.

¹³ Antara, *Kemenag Sebut Pesantren Bertambah 11 Ribu Sejak UU Pesantren Disahkan* (Jakarta, 2024), <https://Www.Antaranews.Com/Berita/4294515/Kemenag-Sebut-Pesantren-Bertambah-11-Ribu-Sejak-Uu-Pesantren-Disahkan>.

¹⁴ BPS, "Banyaknya Pondok Pesantren, Kyai Ustadz, Dan Santri Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah," *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah*, Last Modified 2023, <https://Jateng.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/2/MTQ4IzI=/Banyaknya-Pondok-Pesantren--Kyai-Ustadz--Dan-Santri-Menurut-Kabupaten-Kota-Di-Provinsi-Jawa-Tengah.Html>.

Abdul Jalil, LC bersama istrinya sejak tahun 1993 hingga saat ini. Pondok pesantren MUS-YQ ini memiliki kurang lebih 150 santriwati yang terbagi menjadi dua jenjang pendidikan.¹⁵ Dalam kesehariannya, pondok pesantren ini memperbolehkan menerima barang pembelian online maupun offline para santriwati dengan batasan tertentu. Sehingga adanya hal ini berpotensi dalam pembelian barang terutama pada *fashion* muslim yang tidak sesuai dengan perilaku konsumsi Islam dapat terjadi.

Seperti kalangan remaja umumnya santri akan menggunakan waktunya untuk menyenangkan dirinya dengan membeli *fashion* yang bagus terutama pada santri putri yang selalu ingin tampil cantik namun tetap menjaga kesopanan dan auratnya. Hal ini dapat terjadi karena santri zaman sekarang dapat mengakses internet walaupun umumnya peraturan pondok pesantren melarang membawa gadget kedalam pesantren. Namun hal tersebut bukan menjadi suatu penghalang bagi para santri saat ini karena gadget dapat digunakan ketika mereka sedang liburan atau sedang dijenguk oleh orang tuanya. Oleh karena itu mereka tetap dapat mengikuti adanya trend dari sosial media yang dapat mendorong para santri untuk terus ingin terlihat *up-to-date*.

Santri diajarkan menjadi pribadi yang sederhana dengan memandang sesuatu secara wajar dan tidak berlebih-lebihan sesuai dengan fungsi dan manfaatnya. Pola hidup sederhana di pesantren yakni dengan menyesuaikan antara kebutuhan dan keinginan santri terhadap suatu barang. Pola hidup sederhana yang dimaksud seperti menghemat pengeluaran yang masih bisa ditunda.¹⁶ Dengan adanya batasan tersebut dapat mengurangi dampak sosial dari setiap tren yang ada pada santri. Seperti pada salah satu fenomena tentang “hijabista”, yang dimana penggunaan hijab saat ini bukan hanya sekedar menjadi penutup aurat tetapi juga menjadi *fashion* yang menarik. Jika dilihat dari segi agama, seorang perempuan harus dapat menutup aurat dan menjaga fitnah. Namun perkembangan trend *fashion* muslim ini dapat memiliki dampak sosial.

Dampak sosial yang ditimbulkan seperti saat ini ada para muslimah yang menganggap bahwa hijab hanyalah *fashion* dan untuk gaya hidup semata.¹⁷ Dengan banyaknya model *fashion* muslimah saat ini membuat seseorang ingin selalu membeli suatu produk didasari oleh sebuah keinginan yang kurang diperlukan. Faktor yang mempengaruhi yaitu ingin mengikuti trend, menaikan popularitas, gengsi dan masih

¹⁵ Hasil Wawancara Pengurus Pondok Pesantren Ma'had Al-Ulumissyar'iyyah Lil Banat Yanbu'ul Quran Kudus, 2024.

¹⁶ Ikhlasa Akmal Fajar Et Al., “Pemahaman Kesederhanaan Dalam Lingkup Pesantren,” *Media Abdimas* 2, No. 1 (2023): 36.

¹⁷ Kompasiana, *Fenomena Hijab: Antara Kewajiban Keagamaan Dan Tren Fashion*, 2023, <https://www.kompasiana.com/intanselviana3847/645cab3908a8b5709f6112c2/Fenomena-Hijab-Antara-Kewajiban-Keagamaan-Dan-Trend-Fashion>.

banyak alasan-alasan lain. Dengan adanya faktor-faktor keinginan tersebut dapat menaikkan kapasitas pembelian dan dapat menimbulkan sikap konsumtif pada setiap individunya.¹⁸ Dengan adanya dampak dari fenomena tersebut dapat membuat santri menjadi sering membeli barang keluaran terbaru dan tidak sesuai dengan perilaku konsumsi dalam ajaran Agama Islam.

Perilaku konsumsi merupakan kegiatan dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Manusia pada hakikatnya memiliki keinginan yang tidak ada batasnya. Konsumsi bukan hanya dapat diartikan sebagai memakan atau meminum saja, namun secara umum konsumsi dapat diartikan sebagai pemakaian atau penggunaan barang dan jasa, seperti pakaian, kendaraan, peralatan rumah tangga, jasa-jasa umum, media, elektronik dan lain sebagainya. Gaya hidup individu yang tidak sesuai dengan kemampuannya dapat mengakibatkan seseorang memiliki sifat konsumtif.¹⁹ Pola perilaku konsumtif biasanya didasari oleh tidak dapatnya seseorang dalam mengendalikan nafsu duniawi dan kesenangan semata.

Pembelian produk jika dilakukan dengan melihat dari sisi kebutuhan akan tergolong wajar. Namun lain halnya apabila membeli produk dengan tujuan mengikuti gengsi dan trend semata bahkan yang seharusnya tidak ada manfaat pada diri sendiri merupakan sesuatu yang mubadzir.²⁰ Serta dapat menciptakan sifat konsumtif yang jelas tidak diperbolehkan dalam Agama Islam. Sikap konsumtif yang saat ini sedang melanda beberapa masyarakat di Indonesia menjadi hal yang patut diperhatikan. Karena sikap ini akan menjadikan seseorang menjadi pribadi yang boros dan sering merasa kurang dengan apa yang dimilikinya.

Menurut teori ekonomi konvensional, mengonsumsi suatu barang atau jasa selalu diasumsikan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan (*utility*). *Utility* dapat dimaknai sebagai manfaat barang atau jasa yang dapat dirasakan oleh konsumen ketika mengonsumsi barang atau jasa tersebut.²¹ Sedangkan didalam ekonomi Islam, konsumsi memiliki tujuan yang berbeda dengan teori konvensional. Konsumsi dalam Islam memiliki tujuan bukan hanya untuk mendapatkan kepuasan semata, tetapi konsumsi yang diajarkan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memiliki manfaat bagi konsumen.

¹⁸ Aslikh Sya'nana, "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Santri Pesantren Pelajar Al-Fath Kediri Perspektif Rasionalisme Islam Monzer Ka," *Theses IAIN Kediri* 2, No. 2 (2016): 12.

¹⁹ Khoirotnun Nisak, "Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jamiah IAIN Ponorogo Dalam Perspektif Islam," *Skripsi* (2023): 2.

²⁰ Kurniawan Chandra, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa," *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 13, No. Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017 (2017): 108.

²¹ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 01, No. 01 (2011): 21.

Mengonsumsi suatu barang secara berlebihan dan tidak memikirkan kebutuhannya tidak diajarkan didalam Agama Islam karena perilaku tersebut tidak disukai oleh Allah SWT karena cenderung mencerminkan sikap boros dan tabzdir. Allah SWT telah menetapkan dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 87-88 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ
وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ.

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (Q.S Al-Maidah {87-88}).²²

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini diturunkan ketika sekelompok sahabat Nabi SAW berencana menjauhkan diri dari kesenangan duniawi, seperti tidak menikah, tidak makan daging, dan tidak tidur di kasur. Nabi Muhammad SAW menegur sikap ini dan menegaskan bahwa keseimbangan antara ibadah dan kehidupan duniawi adalah bagian dari sunnah beliau. Nabi SAW bersabda, "Aku berpuasa dan berbuka, salat dan tidur, serta menikahi wanita. Barang siapa tidak mengikuti sunnahku, maka ia bukan dari golonganku." Sikap berlebih-lebihan dalam mengharamkan sesuatu yang dihalalkan Allah dianggap melampaui batas dan dilarang oleh Islam. selain itu ayat diatas juga menegaskan agar umat Islam menikmati rezeki yang halal dan baik, serta selalu bertakwa kepada Allah. Tafsir ini menyoroti adanya urgensi moderasi dalam menjalankan agama dan menjaga keseimbangan hidup, serta larangan untuk bersikap ekstrem atau mengekang diri secara berlebihan dari kenikmatan halal.²³

Rasionalitas dalam ekonomi konvensional sering kali dikaitkan dengan upaya individu untuk memaksimalkan utilitas atau kepuasan pribadi. Namun, dalam perspektif Islam, rasionalitas tidak hanya berfokus pada kepentingan individu semata, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral dan spiritual. Menurut tokoh ekonomi Islam kontemporer madzhab mainstream yaitu Dr. Monzer Kahf, Ph.D. telah menghubungkan konsumsi Islam dengan rasionalisme Islam yakni antara konsep Islam terhadap barang dan etika konsumsi Islam. Monzer Kahf mengkritik teori rasionalitas konsumsi Barat karena dianggap mengabaikan faktor nilai dan spiritualitas. Kahf menekankan bahwa rasionalitas dalam konsumsi seorang muslim berbeda dengan rasionalitas sekuler.

²² Kemenag, "Al-Quran Kementerian Agama," *Quran Kemenag*, <https://Quran.Kemenag.Go.Id/Quran/Per-Ayat/Surah/7?From=31&To=206>.

²³ Tafsir Ibnu Katsir, "Tafsir Ibnu Katsir," *Ibnukatsironline*, Last Modified 2015, <http://www.Ibnukatsironline.Com/2015/05/Tafsir-Surat-Al-Maidah-Ayat-87-88.Html>.

Konsumsi harus mencerminkan adanya keseimbangan antara kebutuhan, etika, dan tanggung jawab sosial.²⁴ Pendapat Monzer Kahf dalam mengaitkan rasionalitas manusia dengan konsep keberhasilan yang merupakan segala perbuatan yang baik dan selaras dengan nilai moral dan spiritual. Maka relevansi konsep konsumsi Monzer Kahf terletak pada kebebasan individu didalam menggunakan barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhan hidup yang berlandaskan moral, etika dan falah.

Konsep rasionalisme konsumsi Monzer Kahf juga menekankan tiga prinsip utama: pertama, keyakinan bahwa kehidupan akhirat yang kekal memengaruhi keputusan konsumsi saat ini dan di masa depan. Kedua, perlunya menghindari konsumsi yang diharamkan serta meningkatkan ketaatan kepada Allah. Ketiga, kekayaan adalah pemberian Allah yang harus dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan secara optimal.²⁵ Teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf menjadi teori yang tepat dalam meneliti penelitian ini dibandingkan dengan ahli kontemporer yang lain seperti Umer Chapra, Najatullah Siddiqi. Teori Umer Chapra lebih menekankan pada reformasi ekonomi secara makro. Teori yang dikemukakan oleh Najatullah Siddiqi lebih menekankan mengenai perbangkan Islam dan sistem keuangan.²⁶

Teori yang dikemukakan oleh Arkam Khan hampir memiliki konsep yang sama dengan teori Monzer Kahf, namun Arkam Khan lebih menekankan pada etika konsumsi dalam Islam. Teori Abdul Manan lebih menekankan mengenai metedologi ekonomi Islam dan pembangunan ekonomi.²⁷ Teori dari beberapa ahli tersebut menjadi alasan teori rasionalitas Monzer Kahf menjadi teori yang tepat untuk penelitian ini. Teori rasionalitas Monzer Kahf dalam teorinya, Monzer Kahf mengkritik rasionalitas konsumsi konvensional yang hanya berorientasi pada kepuasan material saja, dan Monzer Kahf menawarkan konsep rasionalitas konsumsi Islam yang lebih mempertimbangkan keseimbangan dunia dan akhirat serta menekankan nilai moral dan sosial. Teori ini tepat digunakan untuk meneliti perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati karena para santri berada di lingkungan dengan nilai dan norma Islam yang lebih kuat.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Misi Anggraini dan Helda Nusrida dengan judul penelitian “Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend *fashion* (Studi Kasus Mahasiswi UIN Imam Bonjol)”. Menghasilkan bahwa muslimah generasi Z tetap mengikuti prinsip syariat dalam memilih

²⁴ Monzer Kahf, “Islamic Economics,” *Handbook Of Spirituality And Business*, 2011, 15–17.

²⁵ Yunisva Aviva Et Al., *Rasionalisme Konsumsi: Perspektif Monzer Kahf* Grandia Publisher, Ed. Akbar Wahyu (Bekasi: Grandia Publisher, 2023), 99.

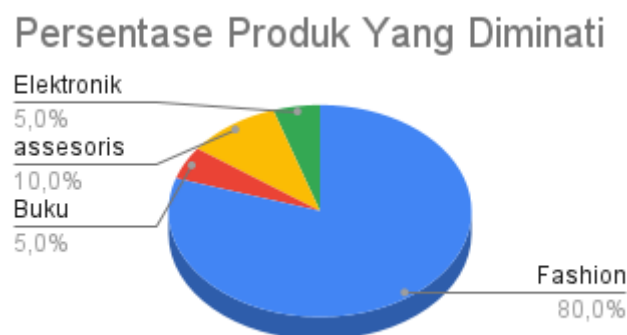
²⁶ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

²⁷ Chamid., 383.

fashion, meskipun masih terdapat pola konsumsi yang bersifat *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabarruj* (berpakaian mencolok).²⁸ Selain itu penelitian yang dilakukan Amin Ulfa Magh Firoh dengan judul ”Konsumsi Jilbab Dikalangan Mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo (Studi Analisis Perilaku Konsumsi)” menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik konsumsi jilbab mahasiswi dan prinsip konsumsi Islam, di mana muncul perilaku konsumtif yang mengarah pada *israf* dan dipengaruhi faktor lingkungan.²⁹

Sebaliknya, Gabriele Lailatul Muharromah, Lilik Rahmawati, dan Ani Lutfiyah didalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Konsumsi Santri Milenial dalam Perspektif Ekonomi Islam”, menemukan bahwa perilaku konsumsi santri milenial di PPJA telah sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam.³⁰ Ketiga penelitian terdahulu tersebut diketahui adanya inkonsistensi. Inkonsistensi ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kelompok muslimah terkait kepatuhan terhadap prinsip rasionalitas konsumsi menurut teori Monzer Kahf. Kondisi ini memerlukan penelitian lebih lanjut pada santriwati di lingkungan pondok pesantren seperti Pondok Pesantren MUS-YQ Kudus untuk memahami bagaimana pendidikan agama memengaruhi perilaku konsumsi *fashion* muslimah. Untuk memahami perilaku konsumsi *fashion* muslim pada santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Kudus, telah dilakukan pra-riset awal yang menunjukkan adanya pola konsumsi yang beragam. Berikut hasil pra-riset yang didapatkan:

Diagram 1. 1 Persentase Produk yang Diminati Santriwati MUS-YQ Kudus



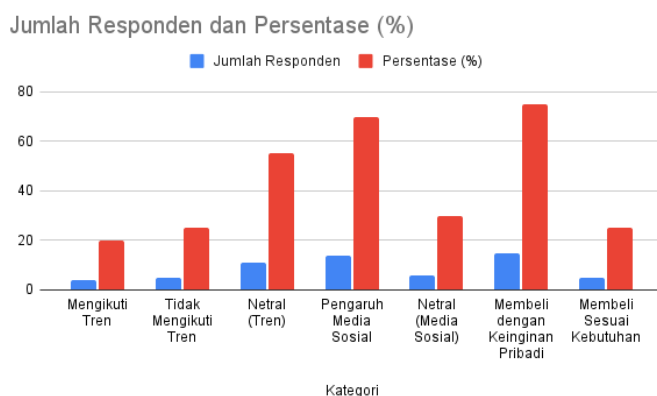
Sumber : Hasil Pra Riset, Data diolah penulis, 2024

²⁸ M Anggraini, H Nusrida, And N Kamarni, “Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol),” *Jurnal Ekonomika Dan ...* 5, No. 3 (2022): 62.

²⁹ Amin Ulfah Magh Firoh, “Konsumsi Jilbab Dikalangan Mahasiswi Febi Iain Ponorogo (Studi Analisis Perilaku Konsumsi),” *Skripsi* 75, No. 17 (2021): 399–405.

³⁰ G L Muharromah, L Rahmawati, And A Lutfiyah, “Perilaku Konsumsi Santri Milenial Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Iqtisaduna* 7 (2021): 153–162.

Diagram 1. 2 Persentase Alasan Mengonsumsi *Fashion* Santriwati MUS-YQ Kudus



Sumber : Hasil Pra Riset, Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil pra-riset diatas, terdapat beberapa kategori produk yang diminati santriwati yaitu *fashion* muslim dan *fast fashion* merupakan dua jenis produk paling dominan diminati. Selain *fashion*, santriwati juga menunjukkan minat terhadap aksesoris, skincare dan elektronik. Meski tidak terdapat angka spesifik dalam dokumen, karena hanya disebutkan “*fashion* muslim dan *fast fashion* yang paling diminati”, maka dapat kita asumsikan bahwa dua kategori ini menguasai lebih dari 80% minat konsumsi jika digabungkan. Adapun alasan konsumsi santriwati dapat dilihat dari pengaruh sosial media sebesar 30%, keinginan pribadi 75%, Prinsip syariah & kebutuhan 25%. Adapun hasil menunjukkan alasan paling tinggi didominasi oleh pengaruh sosial media dan mengikuti keinginan masing-masing.

Santriwati di Pondok Pesantren MUS-YQ Putri memiliki akses yang relatif mudah terhadap berbagai platform media sosial dan *e-commerce*, yang memudahkan mereka dalam memperoleh informasi dan membeli produk *fashion* terbaru. Selain itu, adanya tren *fashion* muslim yang berkembang pesat turut mendorong keinginan santriwati untuk selalu tampil modis dan mengikuti perkembangan zaman. Namun, kecenderungan ini dapat mengarah pada perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan pemahaman yang baik tentang prinsip konsumsi dalam Islam. Saat ini masih terdapat santriwati yang cenderung mengikuti tren *fashion* tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya, yang dapat mengarah pada perilaku konsumtif. Faktor-faktor seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, dan keinginan untuk tampil modis menjadi pendorong utama perilaku konsumtif ini. Selain itu, kurangnya pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam juga turut berkontribusi terhadap perilaku tersebut.

Kemudahan dalam akses berbelanja juga menjadi salah satu faktor yang membuat para santriwati mudah dalam mengonsumsi barang yang mereka inginkan. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan fenomena gap antara pemahaman teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf dengan praktik konsumsi di lapangan. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu dan hasil pra-riset diatas, penelitian terkait konsumsi *fashion* cenderung menunjukkan adanya perbedaan antara teori dan praktik. Penelitian ini menyoroti kebaruan dengan mengeksplorasi perilaku konsumsi *fashion* muslim pada santriwati di Pondok Pesantren MUS-YQ Kudus dengan menggunakan perspektif teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf. Fokus pada santriwati sebagai subjek penelitian memberikan kontribusi yang menarik dengan mengingat sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada mahasiswa atau generasi milenial di lingkungan umum.

Penelitian ini mengkaji konsumsi *fashion* muslim secara menyeluruh, dan tidak berfokus pada suatu produk tertentu seperti jilbab atau baju, yang jarang dibahas secara mendalam. Penelitian ini juga melihat sejauh mana prinsip rasionalisme konsumsi Monzer Kahf diterapkan dalam keputusan konsumsi santriwati yang hidup dalam lingkungan berbasis agama. Meskipun beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan perspektif Monzer Kahf untuk perilaku konsumsi, hasil yang diperoleh terkadang masih menemukan perilaku yang cenderung israf (berlebih-lebihan) atau tidak sesuai dengan prinsip rasionalitas. Maka dari itu dalam penelitian ini akan menganalisis perilaku santriwati di lingkungan pondok dengan penekanan nilai agama sudah atau belum memiliki perilaku konsumsi yang lebih rasional. Terlebih di lingkungan Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah atau pondok pesantren tertentu seperti MUS-YQ Kudus.

Pada hakikatnya, pondok pesantren mengajarkan nilai-nilai seperti hidup sederhana, disiplin, dan kemampuan menahan diri. Sejalan dengan pandangan Abuddin Nata, pesantren berfungsi sebagai lembaga pendidikan Islam yang membentuk karakter santri agar memiliki akhlak mulia dan menjalani kehidupan secara bersahaja³¹ Akan tetapi, hasil penelitian lapangan ini justru memperlihatkan adanya ketidaksesuaian antara nilai-nilai tersebut dan perilaku konsumsi santriwati dalam kehidupan sehari-hari. Dari total 20 responden di Pondok MUS-YQ Putri, tercatat 13 santriwati rutin membeli busana muslim 1 hingga 2 kali dalam sebulan bahkan ada yang mencapai frekuensi 3 kali

³¹ Rahmat Hidayat, *Ilmu Pendidikan Islam Menuntun Arah Pendidikan Islam Di Indonesia*, ed. Candra Wijaya, *Sustainability (Switzerland)*, 1st ed., vol. 11 (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI), 2019), 179, 1.

terutama di jenjang pendidikan Madrasah Aliyah (MA). Sebagian besar dari mereka mengaku berbelanja bukan karena kebutuhan pokok, melainkan terdorong oleh tren, tekanan sosial dari teman sebaya, atau keinginan tampil menarik di berbagai acara.

Dalam konteks kehidupan santriwati di lingkungan pesantren yang menekankan nilai kesederhanaan dan pengendalian diri, perilaku konsumsi yang mengarah pada pemborosan menjadi perhatian penting. Berdasarkan hasil wawancara pra riset, santriwati mengonsumsi fashion yang menghabiskan dana lebih dari Rp400.000 dalam satu kali pembelanjaan, khususnya untuk kebutuhan non-pokok seperti fashion, aksesoris, atau produk kecantikan, dapat dikategorikan sebagai perilaku konsumtif yang boros. Hal ini dinilai tidak sejalan dengan nilai-nilai hidup sederhana yang diajarkan dalam pesantren. Lebih jauh, dalam perspektif ekonomi Islam sebagaimana ditegaskan oleh Monzer Kahf, perilaku konsumsi yang tidak mempertimbangkan manfaat riil dan hanya didorong oleh keinginan sesaat termasuk dalam kategori konsumsi yang tidak rasional secara syariah. Konsumsi semacam ini berpotensi mengarah pada israf (pemborosan) yang dilarang dalam Islam, karena tidak memenuhi prinsip keseimbangan (*al-iqtisad*) dan tidak memperhatikan skala prioritas kebutuhan.

Temuan ini diperkuat oleh data pra-riset pada diagram 1.2, yang menunjukkan bahwa lebih dari 60% responden mengaku alasan utama mereka membeli fashion adalah keinginan mengikuti tren dan pengaruh media sosial. Di sisi lain, meskipun secara formal penggunaan gawai dilarang di lingkungan pesantren, kemudahan mengakses informasi dan belanja daring melalui media sosial dan e-commerce tetap menjadi faktor pendukung meningkatnya kecenderungan konsumtif di kalangan santriwati. Keadaan tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara pemahaman nilai-nilai kesederhanaan Islam dengan perilaku nyata dalam konsumsi. Kesenjangan inilah yang menciptakan urgensi untuk ditelaah secara lebih mendalam dalam ranah akademik.

Apabila kecenderungan konsumtif ini dibiarkan tanpa adanya pembinaan yang dilandaskan pada prinsip-prinsip rasionalitas Islam, maka dikhawatirkan akan muncul implikasi lebih lanjut seperti tumbuhnya budaya hedonisme terselubung, perilaku boros, dan rasa tidak bersyukur. Hal ini juga disebabkan karena santriwati tidak mengetahui mengenai berperilaku konsumsi yang seharusnya didalam agama Islam. Hal-hal tersebut pada akhirnya dapat mengikis esensi nilai-nilai keislaman yang dijunjung oleh pondok pesantren. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi relevan untuk menawarkan kontribusi konseptual dalam memahami dan menanggulangi permasalahan ini melalui pendekatan teori rasionalitas konsumsi yang ditawarkan oleh Monzer Kahf secara holistik dan sesuai konteks.

Melihat pola konsumsi dan adanya indikasi perilaku yang tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Monzer Kahf di kalangan santriwati MUS-YQ Kudus, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai konsumsi *fashion* muslim santriwati dan menganalisis dengan teori rasionalitas konsumsi. Hal ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai sejauh mana perilaku konsumsi santriwati ini sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Dengan demikian, diperlukan penelitian yang mendalam untuk memahami dan mengarahkan perilaku konsumsi santriwati agar selaras dengan nilai-nilai Islam. Maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul **“Perilaku Konsumsi Fashion Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf”**. Judul ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami perilaku konsumsi *fashion* muslim di lingkungan pesantren melalui perspektif teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf dan dapat memberikan tambahan ilmu serta memberikan perspektif baru yang relevan secara akademis dan praktis dalam literatur ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana pandangan teori rasionalitas Monzer Kahf dalam menganalisis perilaku konsumsi *fashion* muslim di kalangan santriwati pondok MUS-YQ Putri?
2. Apa kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati di Pondok Pesantren MUS-YQ Putri dalam perspektif rasionalitas konsumsi Islam

C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren MUS-YQ melalui pendekatan teori rasionalitas Monzer Kahf.
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati di Pondok Pesantren MUS-YQ Putri berdasarkan perspektif rasionalitas konsumsi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat dan mempunyai nilai tambah bagi penulis maupun pembaca baik secara teoritis maupun praktis

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menjadi acuan para peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji mengenai fenomena yang sama ataupun menjadi sumber referensi untuk mencari celah kekurangan dan dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal. Kegunaan teoritis merujuk pada manfaat yang dihasilkan berupa konsep-konsep yang membutuhkan eksplorasi atau analisis lebih mendalam untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Manfaat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan teori dan wawasan yang relevan dengan bidang ilmu yang diteliti, sehingga berguna bagi peneliti lainnya di masa mendatang.³² Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yakni pihak pondok dan para santriwati dan dapat merubah stakeholder dalam melakukan konsumsi dalam ajaran Agama Islam.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis merujuk pada manfaat penelitian yang dapat diterapkan langsung dalam kehidupan sehari-hari. Manfaat ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan manusia dalam berbagai aspek kehidupan, baik di tempat kerja, di rumah, atau lokasi lain yang relevan dengan kebutuhan fisik dan spiritual. Penelitian praktis biasanya bertujuan untuk menyelesaikan masalah tertentu guna mencapai tujuan organisasi, sehingga hasilnya bisa dirasakan secara nyata.³³ Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yakni pihak pondok dan para santriwati dan dapat merubah stakeholder dalam melakukan konsumsi dalam ajaran Agama Islam.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan oleh penulis dalam kegiatan *research* (penelitian) guna mendapatkan kedalaman teori untuk menganalisis penelitian yang dilakukan dengan cara membandingkan penelitian yang pernah ada. “Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini telah dilakukan oleh para ahli, antara lain ;

Penelitian yang dilakukan oleh Arlinda Nidia Corinna dan Eko Fajar Cahyono pada tahun 2019, dengan judul “Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millennial Terhadap Produk *fashion* Perspektif Monzer Kahf; Studi Kasus Mahasiswa Universitas Airlangga” dengan tujuan mengkaji bagaimana pola konsumsi generasi

³² Mohammad Mulyadi, “Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian,” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 16, No. 1 (2013): 77.

³³ Mulyadi., H. 77

millennial terhadap produk *fashion* berdasarkan perspektif Monzer Kahf yang di khususkan pada mahasiswi Universitas Airlangga. Metode yang digunakan dalam peneitian ini yakni studi kasus deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara dan observasi. Penelitian ini memiliki hasil bahwa mahasiswa Universitas Airlangga telah menerapkan prinsip konsumsi Islami dalam perspektif Monzer Kahf sebagai pola perilaku konsumsi dalam hal *fashion* .³⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama dalam menggunakan metode kualitatif dan berlandaskan pada teori Monzer Kahf dalam menganalisis pola konsumsi *fashion* yang berfokus pada kelompok perempuan dalam lingkungan tertentu. Adapun perbedaannya terletak pada fokus dan objek penelitian. Penelitian sebelumnya meneliti *fashion* pada mahasiswi, sementara penelitian saya meneliti perilaku konsumsi *fashion* muslim pada santriwati yang memiliki karakteristik lingkungann yang lebih religius.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dian Eka Aprilia Ningsih pada tahun 2023 dengan judul penelitian “Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam *Fashion Involvement* Perpspektif Monzer Kahf”. Tujuan penelitian ini menganalisis perilaku konsumsi mahasiwa IAIN Ponorogo angkatan 2019-2021 beserta faktornya yang mempengaruhi serta dan dampak dari *fashion involvement* menggunakan teori konsumsi Monzer Kahf. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Dari penelitian ini memiliki hasil bahwa mahasiwa IAIN Ponorogo angkatan 2019-2021 dalam mengonsumsi *fashion involvement* perspektif Monzer Kahf memiliki *fashion involvement* yang tinggi sehingga perilaku konsumsi para informan belum sepenuhnya sesuai dengan teori konsumsi Monzer Kahf.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi konsumsi *fashion* telah sesuai dengan teori yang dikemukakan Monzer Kahf yaitu faktor eksogus yang meliputi pendapatan, selera, teknologi, kesehatan lingkungan, kebudayaan, agama, legalitas dan faktor endogenus yang meliputi informasi harga produk dipasar, keberadaan barang substitusi dan komplementre dipasar.³⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada menggunakan metode kualitatif dengan acuan teori Monzer Kahf dalam menganalisis perilaku

³⁴ Arlinda Nidia Corinna, Departemen Ekonomi, And Syariah-Fakultas Ekonomi, “Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millenial Terhadap Produk *Fashion* Perspektif Monzer Kahf: Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga” 6, No. 2 (2019): 319–330.

³⁵ D E A Ningsih, “Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam *Fashion Involvement* Perspektif Monzer Kahf,” *Skripsi*, 2023.

konsumsi *fashion*. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dan objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya meneliti perilaku konsumsi *fashion* mahasiswa IAIN Ponorogo dalam konteks *fashion involvement*, sedangkan penelitian saya berfokus pada perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati pondok MUS-YQ Putri Kudus yang memiliki karakteristik hidup dilingkungan dengan nilai keIslaman yang lebih kuat.

Penelitian selanjutnya yang telah dilakukan oleh Ranaswijaya dan Soleha pada tahun 2023 yang berjudul “*Analysis of Monzer Kahf’s Thoughts on The Phenomenon of Consumption in Modern Society*”. Penelitian ini memiliki tujuan guna mendiskripsikan analisis pemikiran Monzer Kahf terhadap fenomena konsumsi yang terjadi pada masyarakat ini. Didalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan tinjauan pustaka dengan pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini memiliki hasil bahwa Islam tidak melarang umatnya menggunakan barang untuk mencapai kepuasannya, tetapi seorang muslim tetap mengatur dan membatasi penggunaannya agar tidak melanggar prinsip-prinsip syariah.

Seorang muslim harus dalam konsumsi harus berlandaskan ketaatan kepada Allah SWT., kebutuhan, keadilan sosial, dan terbebas dari dosa. Maka dari itu kepuasan seseorang tidak hanya semata didasarkan pada banyaknya barang yang dikonsumsi, tetapi harus mempertimbangkan apakah tindakan tersebut sesuai dengan ajaran agama atau tidak. Selain itu Islam juga melarang bersikap israf dan tabzir.³⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada penggunaan metode kualitatif dan penggunaan teori Monzer Kahf dalam menganalisis perilaku konsumsi. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus kajian. Penelitian sebelumnya lebih bersifat teoritis dengan menelaah pemikiran Monzer Kahf tentang konsumsi dalam masyarakat moderen secara umum, sedangkan penelitian saya lebih fokus meneliti perilaku konsumsi *fashion* muslim pada santriwati pondok MUS-YQ Putri Kudus.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Arnadila Dwi Syahputri, Isnaini Harahap dan Muhammad Ikhsan Harahap pada tahun 2023. Penelitian ini berfokus pada analisis pola konsumsi generasi milenial terhadap produk *fashion* berdasarkan

³⁶ Ranaswijaya Ranaswijaya And Soleha Soleha, “Analysis Of Monzer Kahf’s Thoughts On The Phenomenon Of Consumption In Modern Society,” *AL-FALAH : Journal Of Islamic Economics* 8, No. 1 (May 26, 2023): 119.

pandangan Monzer Kahf, dengan studi kasus pada mahasiswi di beberapa universitas di Kota Medan (UINSU, UMA, dan UNIMED). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan subjek penelitian. Teknik analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data dari wawancara dan observasi, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mahasiswi tersebut telah menerapkan prinsip konsumsi Islami menurut Monzer Kahf. Prinsip-prinsip tersebut mencakup konsumsi yang rasional, seimbang, sesuai syariat Islam, dan memperhatikan etika konsumsi. Penelitian ini hanya terbatas pada perilaku konsumsi produk *fashion*, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke jenis produk mewah lainnya. Penelitian di masa depan sebaiknya memperluas cakupan kategori produk agar hasilnya lebih representatif.³⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada penggunaan metode kualitatif dan penggunaan teori Monzer Kahf dalam menganalisis perilaku konsumsi pada perempuan dalam lingkungan pendidikan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus kajian dan objek penelitian. Penelitian sebelumnya meneliti konsumsi *fashion* generasi milenial mahasiswi di beberapa universitas di Medan, sementara penelitian saya berfokus pada perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Kudus. Karakteristik santriwati yang hidup dalam lingkungan pesantren dengan nilai-nilai keIslaman yang lebih kental.

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Desma Handayani dan Muhammad Taufiq pada tahun 2022 dengan judul “Perilaku Konsumsi Mahasiswa UIN Bukittinggi Dalam Dunia Digital Ditinjau Dari Teori Konsumsi Islam”. penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Islam memberikan panduan terkait perilaku konsumsi serta bagaimana mahasiswa menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makanan halal harus memenuhi kriteria *halalan thayyiban*, yaitu halal dan baik menurut syariat Islam.

Semua makanan halal pasti baik, tetapi tidak semua makanan yang tampak baik itu halal. Temuan penelitian, mahasiswa umumnya memilih makanan berdasarkan tren, kebersihan, dan tampilan produk. Padahal, seharusnya dalam

³⁷ Arnadila Dwi Syahputri, Isnaini Harahap, And Muhammad Ikhsan Harahap, “Analisa Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk *Fashion* Perspektif Monzer Kahf (Studi Kasus Mahasiswi Se-Kota Medan),” *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (N.D.): 2023.

memilih makanan, mahasiswa perlu lebih kritis dengan memperhatikan label halal, memastikan bahan-bahannya halal, kesehatan, proses produksi sesuai syariat Islam, serta kebersihannya.³⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan berlandaskan teori konsumsi Islam dalam menganalisis perilaku konsumsi. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan objek penelitian. Penelitian sebelumnya meneliti perilaku konsumsi mahasiswa UIN Bukittinggi dalam memilih makanan di era digital, sementara penelitian saya berfokus pada perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Kudus yang dalam analisisnya menggunakan teori rasionalitas Monzer Kahf.

Penelitian yang dilakukan oleh Umami Zakiyyah pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Perilaku Konsumsi Santri Di Pondok Pesantren Ma’hadul ‘Ilmi Wal ‘Amal Boyolangu Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa perilaku konsumsi santri di pondok tersebut yakni membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran dan adanya kesederhanaan. Menurut perspektif ekonomi Islam perilaku konsumsi para santri di pondok tersebut sudah sesuai, akan tetapi dalam kesederhanaan terdapat beberapa yang lebih mementingkan kebutuhan sekunder daripada kebutuhan primer.³⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif serta objek penelitian yang berfokus pada konsumsi santri di lingkungan pesantren. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan. Penelitian sebelumnya mengkaji perilaku konsumsi santri berdasarkan perspektif ekonomi Islam secara umum tanpa merujuk pada teori tokoh tertentu, sementara penelitian saya menggunakan teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf dalam menganalisis perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Kudus.

³⁸ Desma Handayani And Muhammad Taufiq, “Perilaku Konsumsi Mahasiswa Uin Bukittinggi Dalam Dunia Digital Ditinjau Dari Teori Konsumsi Islam,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan* 2, No. 3 (2022): 119–30, <https://doi.org/10.5560/6/Jurimbik.V2i3.444>.

³⁹ Umami Zakiyyah, ‘Analisis Perilaku Konsumsi Santri Di Pondok Pesantren Ma’hadul ‘Ilmi Wal ‘Amal Boyolangu Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam.’ (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020) <<http://repo.uinsatu.ac.id/14436/>>.

2. Kerangka Berfikir

Bagan 1.1 : Kerangka Berfikir



Sumber : Data diolah penulis, 2025

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif sebagai metodologinya. Metode deksriptif memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam suatu fenomena dengan cara peneliti langsung terlibat ke lapangan, berindak sebagai pengamat, membuat kategori pelaku, mengamati fenomena dan mencatat dalam buku serta menitikberatkan pada observasi alamiah.⁴⁰ Penelitian kualitatif berfokus pada menafsirkan fenomena yang terjadi. Menurut Denzin & Lincoln (1994) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan cara melibatkan berbagai metode yang ada.

Menurut Creswell (2009) proses penelitian kualitatif ini melibatkan hal-hal pokok, seperti mengajukan pertanyaan beserta prosedur-prosedur, mengumpulkan data-data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis secara induktif dan menafsirkan makna data.⁴¹ Maka dari itu perlu mengetahui mengenai “Perilaku

⁴⁰ Ririn Handayani, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung, 2020, 35.

⁴¹ Adhi Kusumastuti Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed. SS. Fitratun Anisya, SE. & Sukarno, S.IP. (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019), 3.

Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren *MUS-YQ* Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf”.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana objek penelitian dilakukan. Untuk mempermudah dan memperjelas lokasi, maka diperlukan penentuan lokasi penelitian. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Jawa Tengah. Penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan pondok pesantren tersebut merupakan salah satu pondok salaf modern dan pondok yang berisi santri sekaligus siswi MTs dan MA.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Mei 2024 yang mencakup beberapa tahapan yaitu

- a. Persiapan dan Penyusunan Proposal : Mei 2024 – Januari 2025
- b. Seminar Proposal : 31 Januari 2025
- c. Pengumpulan data : 9-22 Februari 2025
- d. Penyusunan skripsi: 27 Februari – 1 Mei 2025
- e. Sidang Munaqosah: 2 Juni 2025

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau responden melalui metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, kuesioner, atau survei. Data ini dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab tujuan atau permasalahan penelitian secara spesifik dan belum melalui proses analisis atau pengolahan sebelumnya. Data primer bersifat aktual dan relevan dengan konteks penelitian yang sedang dilakukan. Penulis melakukan wawancara kepada pengurus Pondok Pesantren MUS-YQ Putri dan para santriwati pondok tersebut.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang digunakan oleh peneliti yang diperoleh bukan dari sumber asli atau sumber pertama, melainkan dari hasil penyajian pihak lain, baik berupa perorangan atau instansi. Dalam penelitian ini juga membutuhkan data sekunder untuk menunjang penelitian diantaranya yakni jurnal terdahulu, buku, data dari pihak pondok pesantren dan beberapa data penunjang lainnya yang relevan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memenuhi kebutuhan data dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, penelitian dokumen dan arsip, hingga penelitian lapangan secara langsung.⁴²

a. Pengamatan (*Observation*)

Dalam melakukan penelitian kualitatif data akan menjadi lebih valid ketika dilengkapi dengan analisa perilaku dan konteks subjek dan objek penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan metode observasi dalam penelitiannya. Dalam penelitian mengenai Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati Pondok Pesantren *MUS-YQ* Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf, peneliti akan melakukan observasi dengan mendatangi pondok pesantren tersebut guna mendapatkan informasi sosial yang lebih jelas dan valid.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dalam penelitian kualitatif adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab antara peneliti dan informan. Metode ini memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan pandangan informan terkait topik penelitian. Wawancara kualitatif biasanya bersifat terbuka, fleksibel, dan dialogis. Penulis dalam merumuskan penelitian mengenai Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren *MUS-YQ* Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf maka diperlukan wawancara dengan pihak terkait. Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan ke beberapa informan yaitu terdiri dari santriwati dari jenjang Madrasah Tsanawiyah (MTs) sebanyak 10 orang dan Madrasah Aliyah (MA) sebanyak 10 orang.

Wawancara pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang sudah dipersiapkan namun penulis tetap memberikan keluasaan atau kebebasan kepada responden untuk menjelaskan lebih lengkap.⁴³ Wawancara juga melibatkan 2 orang pengurus pondok pesantren sebagai narasumber tambahan. Hal ini memiliki tujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumsi *fashion* muslim

⁴² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, Ed. Suryani, Pertama (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>.

⁴³ Gunawan., 141.

santriwati dilingkungan pondok pesantren. Adapun Kriteria santriwati yang diwawancarai adalah :

- 1) Santriwati MTs dan MA yang aktif dalam mengikuti kegiatan pesantren dan memiliki pemahaman tentang tren *fashion* muslim.
- 2) Pernah melakukan pembelian atau memiliki preferensi tertentu terhadap *fashion* muslim.
- 3) Berasal dari latar belakang ekonomi yang beragam untuk melihat variasi pola konsumsi.
- 4) Bersedia memberikan informasi secara terbuka dan mendukung penelitian ini.

Sementara itu kriteria pengurus yang diwawancarai adalah :

- 1) Memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan santriwati, khususnya dalam aspek kedisiplinan dan pembinaan keseharian.
- 2) Memahami aturan dan kebijakan pesantren terkait konsumsi dan penggunaan *fashion* muslim di lingkungan pondok.
- 3) Memiliki pengalaman dalam mengamati pola konsumsi santriwati di pondok pesantren.
- 4) Bersedia memberikan informasi terkait kebijakan dan pandangan pondok pesantren mengenai tren *fashion* muslim di kalangan santriwati.

c. Dokumentasi

Untuk menambah keakuratan data penelitian, kebenaran data dari informasi yang sudah didapat maka perlu dilakukannya teknik dokumentasi, hal ini dilakukan guna menjadi bahasan keabsahan data. Penggunaan studi dokumentasi ini memungkinkan ditemukannya gap atau perbedaan antara hasil wawancara dengan observasi dengan hasil pada dokumen .

Dalam penelitian Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf, peneliti menggunakan hasil penelitian atau sumber sumber lain dari jurnal, buku dan berita guna menunjang penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

a. Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data dalam penelitian ini, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari narasumber seperti para santriwati,

pengurus pondok dan pengelola pondok pesantren. Triangulasi dilakukan dengan menggabungkan hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas mengenai perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati pondok pesantren MUS-YQ Putri Kudus.

b. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dari Miles & Huberman yang mengemukakan bahwa teknik analisis data kualitatif ialah aktivitas yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus.⁴⁴ Rangkaian teknik analisis data ini terdiri dari :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data dengan cara merangkum, memilih, dan memfokuskan pada aspek-aspek yang esensial dan signifikan. Dalam tahap ini, peneliti mencari tema dan pola yang muncul serta mengeliminasi informasi yang tidak relevan. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam melanjutkan pengumpulan data serta pencarian informasi terkait jika diperlukan.

2. Display Data (*Data Display*)

Display Data merujuk pada proses penyajian data yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman terhadap fenomena yang terjadi, serta untuk merencanakan langkah-langkah kerja selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh.

3. Verifikasi (*Verification*)

Verification adalah suatu proses yang menghasilkan kesimpulan awal yang bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dihasilkan dapat dianggap sebagai kesimpulan yang dapat dipercaya.

⁴⁴ Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*.

G. Sistematika Penulisan

BAB I memuat pendahuluan yang menjabarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka , kerangka teori dan sistematika penulisan.

BAB II menjelaskan mengenai beberapa landasan teori Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.

BAB III menenjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus.

BAB IV pada bab ini penulis memaparkan hasil penelitian yang menjelaskan Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.

BAB V berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Konsumsi (*Consumption Theory*)

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konsumsi (*Consumption Theory*). Teori konsumsi merupakan teori utama yang didalamnya terdapat teori perilaku konsumsi. Secara bahasa konsumsi berasal dari bahasa Inggris “*Consumption*” yang memiliki makna menghabiskan atau mengurangi dengan tujuan untuk menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa yang dilakukan sekaligus atau bertahap guna memenuhi kebutuhan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memberikan makna konsumsi sebagai pemakaian barang hasil produksi atau jumlah barang yang dipakai seperti pakaian, makanan, dan sebagainya.⁴⁵ Menurut Irving Fisher konsumsi ialah pertimbangan yang dilakukan seseorang untuk melakukan konsumsi berdasarkan kondisi pada saat ini dan kondisi pada saat yang akan datang.⁴⁶

Teori konsumsi merupakan konsep dalam ilmu ekonomi yang membahas mengenai individu atau rumah tangga dalam memutuskan untuk membelanjakan pendapatannya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Konsumsi menurut Gilarso 1992 merupakan sebuah titik akhir dan tujuan akhir dari semua kegiatan ekonomi masyarakat. Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat Mankiw pada tahun 2021 yaitu menurutnya konsumsi merupakan pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang tersebut merupakan barang yang memiliki sifat tahan lama seperti perlengkapan, kendaraan dan barang yang tidak tahan lama seperti makanan dan pakaian.⁴⁷ Menurut Solberg 1992 memiliki penjelasan mengenai barang yang dikonsumsi adalah barang yang dapat memenuhi kehidupan agar seorang konsumen dapat mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan.

Adapun barang-barang yang termasuk kebutuhan menurut Solberg yaitu :

- 1) Barang yang memiliki manfaat. Barang yang nilai dan volumenya akan habis sekaligus atau berangsur-angsur apabila digunakan. Barang yang habis dalam sekali pemakaian seperti makanan dan minuman. Sedangkan barang yang habis atau rusak secara berangsur-angsur seperti pakaian, sepatu, barang elektronik dan sebagainya. Barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

⁴⁵ Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Definisi Konsumsi,” *KBBI V Daring*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumsi>.

⁴⁶ Mawaddah Irham Et Al., “Perbandingan Teori Konsumsi Irving Fisher, M.A Mannan Dan Kahf,” *Edunomika* 06, No. 02 (2022): 11.

⁴⁷ Dr. Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, 2021, 3.

- 2) Barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti adanya transportasi motor dan mobil yang digunakan untuk berpergian secara pribadi maupun untuk kerja termasuk kedalam barang konsumsi. Sedangkan dalam penggunaan alat-alat untuk bekerja, contohnya traktor, cangkul, palu, dan lain sebagainya yang digunakan untuk bekerja tidak termasuk kedalam barang konsumsi karena barang tersebut termasuk kedalam barang produksi.
- 3) Barang ekonomi yang didapatkan dengan pengorbanan. Barang tersebut biasanya diperoleh dari hasil transaksi ekonomi di pasar, seperti makanan, minuman dan pakaian,. Oksigen dan sinar matahari yang manfaatnya dapat dirasakan setiap hari tidak termasuk barang konsumsi karena tidak termasuk barang ekonomi.⁴⁸

B. Perilaku Konsumsi (*Consumer Behavior*)

Perilaku konsumsi (*Consumer Behavior*) merupakan suatu sikap yang digunakan seseorang dalam menggunakan suatu barang atau jasa. Perilaku konsumsi seseorang bisa dilihat dari tindakan yang dilakukan dalam pengambilan sebuah keputusan dengan tujuan guna memenuhi kebutuhan hidup. Perilaku konsumsi seseorang tidak didasarkan atas pertimbangan yang matang, namun atas dasar ingin memenuhi keinginan dan kesenangan semata. Konsumen sering diasumsikan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal (*optimum utility*). Konsumen akan memilih mengonsumsi barang tergantung pada kepuasan yang diberikan dari barang tersebut.⁴⁹

Menurut Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf (1979:6) menjelaskan mengenai pengertian perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi untuk mendapatkan dan menggunakan suatu produk sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, layanan dan sumber-sumber lainnya⁵⁰ Perilaku konsumsi menurut Kotler (2008) memiliki beberapa faktor yakni; a.) Faktor budaya, faktor budaya menjadi penentu keinginan dan perilaku seseorang. Faktor budaya mencakup sub budaya, dan adanya kelas sosial yang ada di lingkungan masyarakat. b.) Faktor sosial, faktor ini memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap seseorang. Keluarga merupakan organisasi yang sangat berpengaruh dalam faktor sosial ini. c.) Faktor pribadi, faktor pribadi meliputi umur, jenis pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian konsep diri. d.) Faktor psikologis, faktor ini melihat pada kondisi psikis

⁴⁸ Syaparuddin., H. 4.

⁴⁹ A. Zaroni, "Landasan Filosofis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional," *Mazahib* 10, No. 1 (2012): 56.

⁵⁰ Riyanti Isaskar Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)Tim UB Press, 2012), <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book-epub>.

individu meliputi ; motivasi, proses belajar, kepercayaan dan persepsi sebagai proses dimana individu memilih.⁵¹

Menurut Monzer Kahf, dalam perilaku konsumen memiliki dua faktor yang menjadi pengaruh dalam mengonsumsi. Faktor tersebut yaitu faktor eksogen dan faktor endogen. Faktor eksogen dalam perilaku konsumen ialah faktor-faktor yang sudah ada dalam pikiran manusia sebelum ia menemukan atau melakukan sebuah penawaran dari pemasok di pasar. Faktor eksogen mempengaruhi rencana ide konsumen dari luar dirinya dan berperan besar dalam menentukan pilihannya. Faktor eksogen meliputi selera, kepercayaan dan agama, sistem hukum, kerangka politik, adat istiadat dan tradisi budaya. Sementara faktor endogen merupakan faktor asli yang berperan dalam meninjau ulang rencana dan membuat keputusan akhir. Faktor endogen meliputi perubahan nilai, masa depan, kondisi ekonomi, perubahan politik dan lain sebagainya.⁵²

Menurut teori konsumsi umum, seseorang akan mengonsumsi berbagai macam barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi dapat diklasifikasikan menjadi tiga besar yaitu faktor ekonomi, faktor demografi (kependudukan) dan faktor non ekonomi. Ketiga faktor tersebut diperinci sebagai berikut:

- 1) Faktor ekonomi terdiri dari pendapatan rumah tangga (*household income*), kekayaan rumah tangga (*household wealth*), jumlah barang-barang konsumsi tahan lama dalam masyarakat, tingkat bunga (*interest rate*), perkiraan tentang masa depan (*household expectation about the future*), kebijakan pemerintah mengurangi ketimpangan distribusi pendapatan.
- 2) Faktor demografi terdiri dari jumlah penduduk dan komposisi penduduk. Dengan semakin banyaknya jumlah penduduk, maka akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh. Hal tersebut terjadi meskipun pengeluaran rata-rata individu dan per keluarga relatif rendah. Begitupun dengan komposisi penduduk juga mempengaruhi tingkat konsumsi. Komposisi penduduk suatu negara bisa dilihat dari beberapa klasifikasi seperti usia, pendidikan dan wilayah tinggal.
- 3) Faktor non ekonomi. Faktor non ekonomi yang paling memiliki pengaruh terhadap peningkatan konsumsi yaitu faktor sosial budaya masyarakat. Contohnya berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika, sopan santun, dan tata nilai yang disebabkan ingin mengikuti kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih baik.

⁵¹ Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," *Dinar* 2, No. Januari (2015): 18.

⁵² Monzer Kahf, "The Demand Side Or Consumer Behavior Islamic Perspective By Monzer Kahf," *IEF Pedia* (2011): 2–8, H.

Fenomena yang mudah dan dapat dilihat saat ini yaitu berubahnya kebiasaan masyarakat dalam berbelanja yang lebih memilih pasar moderen dan pasar digital daripada pasar tradisional.⁵³

Konsumen yang rasional akan memilih barang dan jasa yang memiliki kegunaan, manfaat yang paling baik. Konsumen yang rasional merupakan konsumen yang mengusahakan mencapai kepuasan yang maksimal dari pemenuhan kebutuhannya⁵⁴ Dengan memahami perilaku konsumen, kita dapat mengetahui bagaimana keputusan diambil dalam konteks konsumsi untuk memenuhi keinginan dan harapan yang bervariasi antar individu atau kelompok. Perilaku konsumen dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu:

- 1) Preferensi konsumen. Preferensi konsumen menjelaskan alasan bagaimana seseorang memilih suatu barang tertentu daripada jenis barang yang lain.
- 2) Garis anggaran. Tahapan ini konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga dan memutuskan sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Penggabungan antara preferensi konsumen dengan garis anggaran menentukan apa yang akan dilakukan oleh seorang konsumen.
- 3) Pilihan konsumen. Setelah memiliki preferensi pendapatan yang dimiliki, seorang konsumen memilih kombinasi barang-barang yang dapat memaksimalkan kebutuhannya.⁵⁵

C. Perilaku Konsumsi Islam (*Islamic Consumption Behavior*)

Agama Islam memiliki pandangan bahwa yang utama dicapai dalam aktivitas ekonomi yaitu masalah. Masalah merupakan segala bentuk keadaan material maupun non material yang dapat meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Konsumsi dalam Islam memiliki tiga prinsip dasar yaitu prinsip halal, prinsip kebersihan dan menyehatkan, dan prinsip kesederhanaan. Prinsip halal yaitu setiap umat Islam diperintahkan Allah SWT untuk mengonsumsi yang sah menurut hukum dan tidak terlarang. Prinsip kebersihan dan menyehatkan (*Thayyib*) yaitu setiap umat Islam diharuskan mengonsumsi yang baik, menyenangkan serta menyehatkan jasmani maupun rohani. Prinsip kesederhanaan yaitu umat Islam harus mengonsumsi makan atau minum seukupnya dan tidak boleh berlebih karena berbahaya bagi kesehatan.⁵⁶

⁵³ Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, Ed. Rosidah, 4th Ed. (Jakarta Selatan, 2019), 238–241.

⁵⁴ Andi Rizka Angraini, “Perbedaan Perilaku Konsumsi Dalam Teori Ekonomi Konvensional Dengan Teori Ekonomi Islam,” *Academia.Edu* (2016): 1–17.

⁵⁵ Veithzal Rivai Zainal And All Et, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

⁵⁶ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, 1st Ed. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 139.

Menurut Al-Ghazali perilaku konsumsi Islam seharusnya memperhatikan dan didasarkan pada aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer (*dharuriyat*), kebutuhan sekunder (*Hajjiyat*), dan kebutuhan tersier (*tahsiniyat*). Kesejahteraan dari masyarakat tergantung pada keturunan harta dan keluarga seseorang.⁵⁷ Berdasarkan pandangan Agama Islam, perilaku konsumsi harus menghindari perilaku *israf* (royal) dan *tabdzir* (sia-sia) dalam menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Perilaku konsumsi Islam memiliki perinsip-prinsip dasar diantaranya yaitu proposional, kepedulian terhadap kebutuhan orang lain, halal dan baik, dan hidup sederhana. Proposional yaitu seorang muslim diperintahkan supaya tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas dalam mengonsumsi suatu kebutuhan dengan kata lain harus dilakukan secara proposional. Disamping itu seorang muslim juga diperintahkan untuk peduli kepada sesama dan peduli kepada kebutuhan orang lain yang nantinya dapat mempengaruhi dalam seberapa banyak dalam membeli barang. Seorang muslim juga diperintahkan dalam Islam untuk mengonsumsi yang halal dan baik sesuai Syariat Agama Islam. dan seorang muslim dilarang hidup dalam kemewahan hingga tenggelam kedalam hidup yang berlebih-lebihan.⁵⁸ Konsumsi Islam memiliki dasar prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang telah ditentukan dalam Al-Quran dan Hadist sebagai pedoman kehidupannya. Dalam kegiatan konsumsi Islam telah mengajarkan kepada umat muslim untuk melandaskan dasar berkonsumsi yang sudah di jelaskan pada QS. Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْوَا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS.Al-A'raf {7}:31).⁵⁹

Konsumsi Islam memiliki dasar prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang telah ditentukan dalam Al-Quran dan Hadist sebagai pedoman kehidupannya. Menurut teori ekonomi konvensional, perilaku konsumsi mencakup serangkaian aktivitas yang melibatkan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta evaluasi terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Tujuan utama konsumsi seorang

⁵⁷ Ismaul Faizah, “Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus Pada BTM Surya Amanah Jombang) Pendahuluan Perilaku Konsumsi Masyarakat Pada Saat Ini Sudah Tidak Berdasarkan Pada Syariah Islam , Sikap Konsumsi Seorang Muslim Pada Saat Ini Yang Ti,” *JIES:Journal Of Islamic Economics Studies* 1, No. 2 (2020): 79.

⁵⁸ Syaparuddin., *H. 44*

⁵⁹ Kemenag, “Al-Qur’an Surah Al-A’raf,” *Quran Kemenag*, <https://Quran.Kemenag.Go.Id/Quran/Per-Ayat/Surah/7?From=31&To=206>.

muslim yaitu sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Dalam mengonsumsi sesuatu jika diniatkan untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah SWT maka akan dijadikan nilai ibadah yang berpahala. Konsumsi dalam Islam dinilai sebagai sarana wajib bagi seorang muslim untuk merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah SWT dalam penciptaan manusia yaitu mengabdikan sepenuhnya kepada Allah SWT.⁶⁰

Seorang muslim seharusnya mengetahui mengenai pemilihan yang akan dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Adapun ciri-ciri perilaku konsumsi Islami dapat dilihat dari memahami bahwa setiap kebutuhan pasti ada batasnya. Tingkat kepuasan seseorang bukan ditentukan dari satu atau dua pilihan saja, namun akan ditentukan oleh kemashlahatan yang dihasilkan. Seorang muslim tidak akan mengonsumsi barang atau jasa yang bersifat syubhat dan jelas keharamannya. Selain itu tidak membelanjakan hartanya secara berlebihan dan tidak membeli barang yang tidak sesuai dengan kemampuannya. Dan sebagai seorang muslim perilaku yang patut diperhatikan ketika seorang muslim mencapai tingkat kepuasannya tergantung pada rasa syukur.⁶¹

Konsumsi dalam Islam memiliki beberapa batasan dalam mengonsumsi suatu barang ataupun jasa. Didalam Al-Qur'an telah mengonfirmasikan mengenai larangan dan batasan dalam membelanjakan harta untuk memenuhi kebutuhan yaitu sebagai berikut:

- 1) Larangan bersikap bakhil / kikir dan menumpuk harta.
- 2) Larangan berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan.

Sifat kikir merupakan orang yang tidak membelanjakan hartanya untuk dirinya dan keluarganya sesuai dengan kemampuannya dan tidak pernah bersedekah. Boros atau berlebih-lebihan adalah membelanjakan hartanya secara tidak aturan baik untuk membeli sesuatu yang halal, haram hingga sedekah yang hanya diniati untuk pamer. Agama Islam mengutuk kedua sifat tersebut karena membahayakan perekonomian Islam dan dapat mengakibatkan sesuatu yang buruk bagi pelakunya.⁶²

Agama Islam membenarkan pengikutnya menikmati dunia dan isinya. Namun, hidup sederhana merupakan tradisi Islam yang baik dalam mengonsumsi barang atau jasa. Dalam hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Rasulullah SAW mengatakan :

⁶⁰ Jaharudin Dan Bambang Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam*, Ed. Muhammad Masykur, Edisi Digi. (Jakarta Selatan: Salemba Diniyah, 2019), 105, <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>.

⁶¹ Putri Maghfi, "Analisis Pola Konsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Penghuni Kos Putri Ponorogo)," *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 2, No. 2 (2021): 185–198.

⁶² Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, 143–146.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يَحْيَى حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ حَدَّثَنَا ابْنُ لَهِيْعَةَ عَنْ حَيِّ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ الْمَعَاوِرِيِّ عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ
الْحُبَلِيِّ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ بِسَعْدٍ وَهُوَ يَتَوَضَّأُ فَقَالَ مَا هَذَا
السَّرَفُ فَقَالَ أَفِي الْوُضُوءِ إِسْرَافٌ قَالَ نَعَمْ وَإِنْ كُنْتَ عَلَى نَهْرٍ جَارٍ

Artinya: “Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melewati Sa'd yang sedang berwudhu, lalu beliau bersabda: 'Kenapa berlebih-lebihan!' Sa'd berkata: 'Apakah dalam wudhu juga ada berlebih-lebihan?' beliau menjawab: 'Ya, meskipun engkau berada di sungai yang mengalir.’”(H.R. Ibnu Majah) ⁶³

Hadits ini mengajarkan bahwa perilaku konsumsi harus dikelola secara bijaksana dan rasional, baik dalam penggunaan air, *fashion* maupun kebutuhan lainnya. Dalam konteks ekonomi Islam, prinsip ini mengingatkan untuk menghindari pemborosan (*israf*) dan memastikan konsumsi selalu membawa manfaat dan keberkahan.

D. Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf

1. Biografi Monzer Kahf

Monzer Kahf merupakan tokoh ekonomi Islam modern yang lahir pada tahun 1940 di Damaskus, Ibukota Suriah. Dr. Monzer Kahf dikenal sebagai seorang ekonom terkemuka, konselor, dosen hingga pakar syariah dan hukum-hukum Islam terkemuka. Monzer Kahf menyelesaikan pendidikan dasar dan menengah di Kota Damaskus. Setelah menempuh pendidikan dasar beliau mengambil sekolah tinggi untuk mendapatkan gelar sarjana BA dalam perdagangan dari Universitas Damaskus pada bulan Juni tahun 1962. Pada saat selesai menempuh gelar sarjananya, Dr. Monzer Kahf diberi penghargaan oleh Presiden Suriah atas kinerjanya yang luar biasa.

Dr. Monzer Kahf mencapai Diploma Tinggi dalam hal perencanaan sosial dan ekonomi dari PBB lembaga di Suriah. Pada tahun 1968 Monzer Kahf menjadi akuntan publik yang sudah bersertifikat di Suriah. Pada bulan Maret tahun 1975, Monzer Kahf mendapat gelar Ph.D di bidang ekonomi atau disebut mayor pengembangan mata uang dan ekonomi di University of Utah, Salt Lake, Kota Utah.⁶⁴ Beliau memiliki banyak pengetahuan mengenai ilmu fiqh Islam dan studi Islam, maka dari itu Dr. Mozer Kahf tidak perlu diragukan lagi kinerja dan dalam berorganisasi.

Dr. Monzer Kahf merupakan salah satu tokoh awal yang menerapkan analisis terhadap peran berbagai institusi Islam, seperti zakat dalam konteks perekonomian

⁶³ Ibnu Majah, “Hadist Sunnah Ibnu Majah- No. 419 - Kitab Thaharah Dan Sunah-Sunahnya,” *Muslim.Pizza*, https://Www.Hadits.Id/Hadits/Majah/419?Utm_Source=Chatgpt.Com.

⁶⁴ Eka Sriwahyuni, “Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf” 19, No. 5 (2016): 1–23.

secara keseluruhan. Sebagai seorang penulis yang produktif, Monzer Kahf banyak menghasilkan pemikiran-pemikiran di berbagai bidang, seperti ekonomi, keuangan, bisnis, fikih, dan hukum dalam dua bahasa, yakni Arab dan Inggris. Analisisnya mencakup aspek-aspek ekonomi seperti tabungan, investasi, konsumsi, dan pendapatan. Konsep ini diuraikannya secara mendalam dalam bukunya pada tahun 1978, yang berjudul “*The Islamic Economy: Analytical Study of the Functioning of the Islamic Economic System*” (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam).

Pada dekade 1970-an, sebagian besar tulisan tentang ekonomi Islam masih berfokus pada prinsip-prinsip dasar dan konsep umum. Oleh karena itu, buku ini dianggap sebagai tonggak awal penerapan metode analisis matematis dalam studi ekonomi Islam. Kontribusi ini menjadi landasan utama yang mendorong berkembangnya tren analisis ekonomi di kalangan ekonom muslim hingga saat ini. Monzer Kahf telah mendedikasikan dirinya dibidang pendidikan selama lebih dari 34 tahun. Ia pernah menjabat sebagai asisten pengajar di Fakultas Ekonomi, University of Utah, Salt Lake City, dari tahun 1971 hingga 1975. Selain itu, Kahf juga memiliki pengalaman mengajar sebagai instruktur di School of Business, University of Damascus, Suriah, pada periode 1962 hingga 1963. Pada tahun 1984, Kahf bergabung dengan Islamic Development Bank (IDB) dan sejak 1995 ia berperan sebagai ahli ekonomi Islam senior di lembaga tersebut.⁶⁵

2. Konsep Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf

Monzer Kahf dalam ilmu ekonom Islam memberikan definisi mengenai ekonomi Islam sendiri sebagai sebuah kajian perilaku ekonomi manusia, laki-laki maupun perempuan, baik secara individual, komunal maupun kolektif. Monzer Kahf juga mendefinisikan ekonomi Islam sebagai perilaku manusia dalam semua aspeknya yang dipandu oleh nilai-nilai agama dan moral dalam Agama Islam. Aspek-aspek tersebut seperti dibidang hukum, politik dan sosial.⁶⁶ Monzer Kahf mengaitkan konsumsi Islam dengan tiga hal yakni: Rasionalitas, Konsep Falah dan skala waktu. Berdasarkan pandangan Monzer Kahf, konsumsi dalam perspektif Islam memiliki dua tujuan utama, yakni tujuan duniawi dan ukhrawi. Dengan demikian, usaha untuk

⁶⁵ Egidya Safitri Dewiyani, “Biografi Monzer Kahf,” *SCRIBD*, Last Modified 2023, <https://id.scribd.com/document/639747026/BIOGRAFI-MONZER>.

⁶⁶ Ahmad Ubaidillah, “Metodologi Ilmu Ekonomi Islam Monzer Kahf,” *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 3, No. 1 (2018): 54–66.

memaksimalkan pemenuhan kebutuhan tidak dianggap tercela selama aktivitas tersebut tidak mengandung hal-hal yang merusak atau dilarang.⁶⁷

Ekonomi konvensional sering mengasumsikan bahwa manusia hanya mengejar keunyungan berbentuk materi. Didalam Agama Islam terdapat faktor moral dan spiritual yang mempengaruhi konsumsi seseorang.⁶⁸ Ekonomi Islam menilai sebuah konsumsi dan kesejahteraan dengan cara yang lebih luas dibandingkan ekonomi konvensional yaitu mencakup aspek sosial dan spiritual. Aspek ini sering diabaikan dalam perhitungan ekonomi konvensional.⁶⁹ Menurut Monzer Kahf dalam bukunya yang berjudul "*The Islamic Economy*", ia mengatakan bahwa rasionalisme adalah salah satu istilah yang longgar untuk digunakan dalam ilmu ekonomi.

Didalam buku tersebut dijelaskan beberapa elemen-elemen dasar rasionalitas konsumsi. Adapun elemen-elemen dasar tersebut sebagai berikut :

a. Konsep Keberhasilan

Dalam Islam, konsep kesuksesan selalu terkait dengan nilai-nilai moral. Menurut M. N. Siddiqi, kesuksesan seseorang ditentukan oleh seberapa baik perilakunya sesuai dengan standar moral, serta sejauh mana ia menunjukkan kebaikan dalam hidupnya. Seseorang dianggap sukses jika perilakunya konsisten dengan nilai-nilai moral Islam dalam setiap fase kehidupannya. Kebajikan (*Virtue*) dalam Agama Islam mencakup sikap positif terhadap kehidupan sesama manusia. Agama Islam tidak mendorong penarikan diri dari kehidupan atau komunitas, tetapi sebaliknya, mendukung sikap aktif dan konstruktif.

Menurut Dr. Siddiqi dalam buku "*The Islamic Economy*", Manusia dilahirkan dengan kebutuhan yang tidak terhitung. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhannya bukan menjadi hal yang salah. Semakin baik kebutuhan yang tercukupi maka akan semakin baik pula seseorang. Kehidupan yang tercukupi menjamin kedamaian jiwa, kepuasan dan rasa aman pada seseorang yang menciptakan suasana yang sehat, bermoral dan spiritual. Maka dalam Agama Islam tidak membatasi upaya seseorang dalam meraih keberhasilan. Namun terdapat beberapa pembatasan terhadap segala sesuatunya. Dengan demikian usaha untuk mendapatkan keberhasilan bukan sesuatu yang buruk menurut pandangan Agama Islam. Agama Islam menjadikan keberhasilan

⁶⁷ Irham Et Al., *H. 10*"

⁶⁸ Monzer Kahf, *Islamic Economics: Notes On Definition And Methodology, Review Of Islamic Economics*, 2003, 36.

⁶⁹ Khaf., 34.

sebagai hal yang baik apabila seseorang dapat menyeimbangkan dan dengan niat untuk mendapatkan keberkahan Allah SWT.⁷⁰

b. Skala Waktu dalam Perilaku Konsumen

Islam menghubungkan kepercayaan pada Hari Kiamat dan kehidupan setelah mati secara langsung dengan kepercayaan kepada Allah. Hal ini memperluas cakrawala waktu seorang muslim hingga melampaui kematian. Menurut Monzer Kahf hal tersebut memiliki keterkaitan atau efek-efek terhadap pola konsumsi masyarakat. keterkaitan tersebut yakni setiap pilihan tindakan memiliki dua hasil berupa efek langsung di dunia ini dan efek jangka panjang di akhirat. Manfaat yang didapatkan dari pilihan tersebut adalah keutuhan keutuhan nilai-nilai sekarang dari kedua efek tersebut. Keterkaitan yang kedua yaitu pilihan penggunaan pendapatan menjadi lebih luas dengan memasukkan manfaat yang hanya bisa diraih di akhirat, seperti pinjaman tanpa bunga (*qard al-hasan*), pemberian kepada fakir miskin, atau pengeluaran untuk kebaikan masyarakat.

Menurut ajaran Agama Islam, setiap muslim diwajibkan menggunakan sebagian waktunya untuk mengingat Allah SWT. Seorang muslim juga diwajibkan untuk melakukan amal shalih dan bisa memanfaatkan waktu dan usahanya untuk meningkatkan kehidupan spiritual, moral dan ekonomi masyarakat. Hal ini dilakukan dengan menggunakan tenaganya untuk mencukupi kebutuhan hidup yaitu untuk mendapatkan makanan dan barang-barang konsumsi lainnya. Waktu untuk mendapatkan keberhasilan bagi seorang muslim adalah keberhasilan dalam mencakup cakrawala waktu secara utuh. Dengan begitu usaha yang sama untuk melakukan kebaikanlah yang nantinya akan menciptakan keberhasilan yang baik di dunia ini dengan segala aspek baik di dunia mauoun di akhirat.⁷¹

Pernyataan beberapa tokoh ekonom Islam mengenai konsumsi dalam Islam memiliki horizon waktu yang lebih panjang. Pernyataan tersebut mengatakan bahwa sebuah keyakinan pada hari pembalasan dan kebahagiaan abadi di surga atau penderitaan di neraka. Keduanya memepengaruhi rasionalitas ekonomi muslim dengan memperpanjang cakrawala waktu mereka. Islam mendorong seluruh umat manusia untuk tidak hanya berfokus pada manfaat duniawi (jangka pendek). Islam mendorong para muslim untuk

⁷⁰ Dr. Monzer Kahf, *The Islamic Economy Analitical Study Of The Runctioning Of The Islamic Economic System, The Dao Of Muhammad* (Canada, 2017), 18–20.

⁷¹ Khaf., H. 20-22

mempertimbangkan dampaknya diakhirat nanti. Hal ini menjadi sebuah pengaruh bagaimana seorang muslim dapat membuat keputusan dalam mengonsumsi barang.⁷²

c. Konsep Kekayaan / Konsep Barang

Menurut ajaran Agama Islam, kekayaan dipandang sebagai karunia dari Allah. Kemiskinan tidak hanya dianggap sebagai kesulitan ekonomi, tetapi juga berpotensi mengarah pada kekufuran. Rasulullah SAW mengajarkan bahwa kekayaan sebaiknya digunakan secara bijak untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga dan masyarakat, serta untuk kebaikan umat. Islam menekankan keseimbangan dalam konsumsi, menghindari sifat boros (*israf*) dan pelit (*bakhl*). Kekayaan yang dihabiskan untuk tujuan yang baik, seperti sedekah atau pengembangan masyarakat, tidak memiliki batasan dan akan selalu dihargai oleh Allah.

Orang mukmin didalam Al-Qur'an Surat Al-Furqon ayat 67 dijelaskan bahwa orang mukmin digambarkan menjadi salah satu diantara orang-orang yang ketika membelanjakan hartanya tidak berlebih-lebihan dan tidak menimbulkan keburukan, tetapi mempertahankan keseimbangan yang adil diantara sikap-sikap tersebut. Akan tetapi, dalam membelanjakan harta untuk bersedakah, dan untuk membantu meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat dan menyebarkan ajaran-ajaran Islam, konsep berlebih-lebihan tidak berlaku. Hal ini dikarenakan adanya pembatasan jumlah dalam membelanjakan dalam kegiatan tersebut. Setiap membelanjakan hartanya untuk kepentingan tersebut maka akan mendapatkan imbalan dari Allah SWT.⁷³

3. Teori Konsep Barang Monzer Kahf

Istilah Barang (*goods*) dalam ilmu ekonomi Islam dianggap sebagai karunnia Allah yang diberikan untuk dimanfaatkan oleh manusia. Konsep barang didalam Agama Islam memiliki dimensi moral dan spiritual yang menjadi pembeda dari pandangan utilitarian dalam ekonomi umum. Didalam Al-Qur'an menunjukkan kepada umat muslim konsep berbagi produk dan komoditas. Jika menurut pandangan ekonomi umum, barang adalah sesuatu yang memiliki nilai utama secara ekonomi ketika dipertukarkan di pasar, maka yang disebut komoditas atau barang dalam Islam memiliki makna yang berbeda. Barang dalam Islam adalah barang yang dapat

⁷² Kahf, *Islamic Economics: Notes On Definition And Methodology*, 31.

⁷³ Khaf., H. 23-25

dipertukarkan di pasar dan syarat barang tersebut harus memiliki manfaat secara moral.⁷⁴

Menurut Monzer Kahf konsep barang memiliki tiga istilah terkait nilai-nilai dan moral yang dijelaskan didalam Al-Qur'an yaitu

- 1) Konsep Tabiyat. Kata Tabiyat digunakan untuk merujuk pada barang yang baik, bersih, murni dan bermanfaat. Barang yang dimaksud tidak hanya memiliki nilai ekonomis saja tetapi juga memiliki nilai etika dan spiritual. Barang yang buruk dan tidak memiliki manfaat tidak dianggap sebagai barang yang sah dalam Islam.
- 2) Konsep Moralitas dalam Barang. Barang yang tidak sesuai dengan syariat Islam, seperti minuman yang mengandung alkohol atau barang-barang yang jelas keharamannya tidak termasuk dalam definisi barang menurut Islam. meskipun barang-barang tersebut memiliki nilai tukar dipasar, namun barang tersebut tidak memberikan manfaat fisik, moral dan spiritual kepada konsumen.
- 3) Sumber Kepemilikan. Barang dianggap sebagai titipan dari Allah SWT. Manusia hanya memiliki hak untuk mengelolanya sesuai dengan hukum yang sudah ditetapkan Allah SWT. Barang harus digunakan untuk tujuan yang baik dan tidak diperbolehkan adanya eksploitasi untuk keperluan pribadi yang dapat menimbulkan kerusakan.⁷⁵

4. Etika Konsumsi Monzer Kahf

Monzer Kahf didalam bukunya juga menyebutkan adanya etika konsumsi seperti keseimbangan dan moderasi, adanya larangan pemborosan dan penyalahgunaan, kekayaan, kepemilikan bersama, tanggung jawab sosial dan nilai moral dalam konsumsi. Keseimbangan dan Moderasi Islam menganjurkan pola konsumsi yang seimbang dan moderat. Konsumsi yang berlebihan atau pemborosan dikenal sebagai *israf (ekstravagansi)*, sedangkan pengeluaran untuk tujuan yang salah disebut *tabdzir (profligasi)*. Contohnya, pengeluaran untuk tujuan yang diharamkan seperti suap atau tindakan ilegal termasuk dalam kategori tabdzir. Kedua konsep ini bertentangan dengan prinsip Islam dan dianggap merugikan

Larangan Pemborosan dan Penyalahgunaan Kekayaan Islam melarang konsumsi yang berlebihan, meskipun untuk hal-hal yang diperbolehkan seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, atau bahkan amal. Pemborosan pada hal-hal

⁷⁴ Fita Nurotul Faizah, Ani Nur Khabibah, And Siti Afidah, "Panic Buying In The Era Of Covid-19 Pandemic: Consumer Behavior Perspective Of Monzer Kahf," *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 13, No. 1 (2022): 33,

⁷⁵ Kahf, H. 25

tersebut dikutuk sebagai *israf*. Konsumsi yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau di luar batas kewajaran merusak prinsip-prinsip moral dan ekonomi dalam Islam Kepemilikan Bersama atas Rezeki Allah Menurut ajaran Islam, segala rezeki yang diberikan Allah adalah milik bersama umat manusia. Hanya karena seseorang memiliki akses terhadap rezeki tersebut, tidak berarti ia berhak memanfaatkannya untuk dirinya sendiri tanpa memperhatikan hak orang lain yang kurang beruntung. Islam mengajarkan agar harta dibagikan kepada mereka yang membutuhkan, seperti melalui zakat dan sedekah

Tanggung Jawab Sosial Konsumen Muslim diharapkan mempertimbangkan dampak etis dari tindakan konsumsi mereka. Mereka diharuskan menghindari perilaku yang merugikan diri sendiri dan masyarakat. Islam tidak hanya mengatur perilaku konsumsi, tetapi juga memberikan kerangka hukum untuk menegakkan prinsip-prinsip ini. Seseorang yang terbukti boros atau tidak bijak dalam mengelola hartanya dapat kehilangan hak untuk mengatur kekayaannya sendiri dan berada di bawah pengelolaan pihak lain sesuai hukum Islam Nilai Moral dalam Konsumsi, Konsumsi dalam Islam bukan sekadar upaya memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga memiliki dimensi ukhrawi. Penggunaan harta yang baik dan sesuai dengan syariat dianggap sebagai bentuk ketaatan kepada Allah. Konsumsi yang membawa manfaat moral, spiritual, dan sosial dihargai lebih tinggi dibandingkan konsumsi yang hanya memenuhi kesenangan duniawi.⁷⁶

E. *Fashion* Muslim Dalam Islam

Fashion adalah gaya berpakaian yang digunakan sehari-hari atau pada saat tertentu oleh seseorang dengan tujuan menunjang penampilan seseorang. *Fashion* menurut epistemologi berasal dari kata "*factio*" yang berarti membuat atau melakukan. Menurut Polhemus dan Procter menunjukkan bahwa didalam masyarakat kontemporer barat, kata *fashion* sering diartikan sebagai dandanan, busana dan gaya. *Fashion* merupakan bagian yang tidak bisa dilepakan dari penampilan dan gaya keseharian seseorang ⁷⁷ *fashion* meliputi benda-benda seperti baju, celana, aksesoris hingga alat komunikasi saat ini menjadi sebuah *Fashion*. Namun dalam lingkup kecil, *fashion* lebih sering dipahami sebagai gaya dalam berpakaian.

Fashion muslim merupakan gaya penampilan seseorang yang sesuai dengan syariat Agama Islam. *Fashion* muslim biasa dikenakan oleh para muslim dan muslimah sebagai

⁷⁶ Kahf., H. 27

⁷⁷ Retno Hendariningrum And M. Edy Susilo, "*Fashion* Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, No. 2 (2008): 26.

gaya mereka dalam berpenampilan dan tetap menjaga aurat. Menjaga aurat adalah sebuah kewajiban bagi muslim dan muslimah terlebih pada seorang muslimah. Allah SWT telah menegaskan didalam surat An-Nur yang berbunyi

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولَى الْأَرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Katakanlah kepada para perempuan yang beriman hendaklah mereka menjaga pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (bagian tubuhnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Hendaklah pula mereka tidak menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, ayah mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara perempuan mereka, para perempuan (sesama muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung. (Q.S. An-Nur ; 24; {31}).”⁷⁸

Menurut tafsir Ibnu Katsir mengandung beberapa perintah wajib bagi wanita beriman. Allah memerintahkan mereka untuk menundukkan pandangan dari hal-hal yang diharamkan dan menjaga kemaluan mereka dari perbuatan dosa. Wanita juga dilarang menampakkan perhiasan mereka, kecuali yang biasa terlihat seperti wajah dan telapak tangan. Dalam ayat ini, wanita diwajibkan untuk menutupkan kain kerudung ke dada mereka agar menutupi rambut, leher, dan bagian dada. Namun pengecualian untuk memperlihatkan perhiasan kepada mahram, seperti suami, ayah, mertua, anak-anak, saudara laki-laki, keponakan, sesama wanita, hamba sahaya, pelayan laki-laki yang tidak memiliki hasrat, dan anak kecil yang belum memahami aurat wanita. Di akhir ayat, Allah menganjurkan seluruh orang beriman, baik laki-laki maupun perempuan, untuk bertaubat agar dapat meraih keberuntungan di dunia dan akhirat.⁷⁹

Seiring meningkatnya permintaan produk halal di Industri Indonesia, tren produk halal tidak hanya berupa makanan saja tetapi *fashion* muslim menjadi salah satu industri

⁷⁸ Kemenag, “Al-Qur’an Surat An-Nur,” *Quran Kemenag*, <https://Quran.Kemenag.Go.Id/Quran/Per-Ayat/Surah/24?From=31&To=64>.

⁷⁹ Tafsir Ibnu Katsir, “Tafsir Ibnu Katsir Surat An-Nur,” *Ibnukatsironline*, <http://www.Ibnukatsironline.Com/2015/07/Tafsir-Surat-Nur-Ayat-31.Html>.

yang meningkat di Indonesia.⁸⁰ *Fashion* muslim menjadi hal yang menarik bagi pecinta *fashion* terutama masyarakat yang berAgama Islam. Pasar busana muslim terus tumbuh dengan beragam merek dan produk baru yang terus muncul untuk memenuhi kebutuhan sandang masyarakat muslim. Menurut Laporan Keadaan Ekonomi Islam Global (SGEI) 2023/2024. Pengeuaran muslim untuk pakaian dan alas kaki pada tahun 2022 bernilai \$318 miliar, meningkat 8,4% dibanding tahun sebelumnya. Diperkirakan pada tahun 2027 nanti belanja busana muslim mencapai \$428 miliar dengan CAGR sebesar 6,1 %. ⁸¹

Seiring dengan semakin populernya trend pakaian sopan dan tertutup *fashion* muslim menolong para pecinta *fashion* agar mereka tetap bisa terlihat modis dan keren meski masih menutup aurat dan sesuai dengan syariat Agama Islam. *Fashion* muslim yang sering digunakan bisa berupa baju gamis, blouse, sarung, kemeja, hijab, ciput, rok, cadar, baju koko, peci dan masih banyak lagi *fashion* muslim yang ada. Menggunakan *fashion* muslim dapat memberikan pengaruh dalam penilaian tingkah laku seseorang dalam mematuhi aturan dalam syariat Islam. Menurut aturan Islam dalam menggunakan busana atau *fashion*, mengharamkan bagi wanita menggunakan pakaian yang membentuk lekuk tubuh dan memiliki bahan yang tipis sehingga bagian tubuhnya dapat terlihat.

Pada hakikatnya pakaian memiliki fungsi untuk menutupi aurat, namun apabila tidak sesuai dengan syariat agama maka dikatakan sebagai telanjang. Rasulullah SAW berkata dalam sebuah hadits Riwayat Muslim ;

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "صِنْفَانِ مِنَ أَهْلِ النَّارِ لَمْ أَرَهُمَا: قَوْمٌ مَعَهُمْ سِيَاطٌ كَأَذْنَابِ الْبَقَرِ يَضْرِبُونَ بِهَا النَّاسَ، وَنِسَاءٌ كَاسِيَاتٌ عَارِيَّاتٌ مُمِيلَاتٌ مَائِلَاتٌ، رُءُوسُهُنَّ كَأَسْنِمَةِ الْبُخْتِ الْمَائِلَةِ، لَا يَدْخُلْنَ الْجَنَّةَ وَلَا يَجِدْنَ رِيحَهَا، وَإِنَّ رِيحَهَا لَيُوجَدُ مِنْ مَسِيرَةِ كَذَا وَكَذَا.

Artinya : “Dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: 'Ada dua golongan penghuni neraka yang belum pernah aku lihat sebelumnya: (1) Suatu kaum yang membawa cambuk seperti ekor sapi yang mereka gunakan untuk memukul orang lain; (2) Wanita-wanita yang berpakaian tetapi telanjang, berlenggak-lenggok, kepala mereka seperti puntuk unta yang miring. Mereka tidak akan masuk surga dan tidak akan mencium aromanya, padahal aroma surga dapat tercium dari jarak yang sangat jauh.” (H.R. Muslim).

Hadist diatas memiliki peringatan keras bagi wanita yang menyimpang dari ajaran Agama Islam tidak akan masuk surga dan tidak akan mencium aromanya. Hadist tersebut menunjukkan keseriusan adanya pelanggaran ini dalam Agama Islam. Maka perlu bagi

⁸⁰ Singgih Muheramtohad And Zuhdan Ady Fataron, “The Islamic Lifestyle Of The Muslim Middle Economy Class And The Opportunities For The Halal Tourism Industry In Indonesia,” *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry* 4, No. 1 (2022): 92.

⁸¹ Salam Gateway, *SGEI Report 2023/24: Modest Fashion Stand Tall Amid Mainstream Brands*.

para muslim dan muslimah memperhatikan dalam menggunakan pakaian atau *fashion* agar sesuai dengan ajaran Agama Islam.”⁸²

Fashion dapat dikatakan sebagai *fashion* muslim apabila *fashion* tersebut memenuhi kriteria yang dianjurkan dalam Agama Islam. Sebagai umat muslim dalam menggunakan *fashion* juga harus mengetahui beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam memilih *fashion*. Kriteria tersebut antara lain :

- 1) Menutup aurat. *Fashion* yang hendak digunakan harus menutup aurat. Bagi kaum laki-laki aurat yaitu antara pusar hingga lutut. Sedangkan perempuan memiliki batas aurat yaitu seluruh badan kecuali wajah dan telapak tangan.
- 2) Bukan berfungsi sebagai hiasan. Seperti halnya *fashion* jilbab, jilbab digunakan untuk menutupi aurat seorang wanita muslimah. Maka jilbab bukanlah bisa dikatakan menjadi sebuah perhiasan yang bisa dibuka sewaktu-waktu.
- 3) Memiliki bahan yang tebal dan tidak menerawang. Dalam menggunakan pakaian harus dari bahan yang tebal. Hal tersebut diwajibkan karena menggunakan pakaian dengan serat kain tipis akan mengundang fitnah dan godaan.⁸³

F. Budaya Pondok Pesantren dan Gaya Hidup Santri

Pondok menurut bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu kata “*Fundug*” yang memiliki arti asrama atau hotel. Sedangkan kata pesantren berasal dari kata “santri” yang diberi awalan “pe” dan akhiran “an” yang memiliki arti tempat tinggal para santri. Menurut Abdurrahman Wahid, Pondok pesantren merupakan komplek yang memiliki lokasi berpisah dari kehidupan sekitarnya. Dari pernyataan tersebut, pondok pesantren adalah sebuah lembaga pendidikan Islam yang terdiri dari komplek yang didalamnya terdapat kyai (sebagai pendidik), yang mengajar dan mendidik para santri (anak didik) dengan sarana-sarana seperti masjid serta didukung oleh adanya tempat tinggal untuk santri.⁸⁴

Adapun elemen-elemen pondok pesantren terdiri dari yang pertama yaitu Pondok yang dapat dikatakan juga sebagai asrama yang kedua yaitu Santri. Santri adalah murid yang belajar di lembaga pendidikan Islam tradisional di bawah bimbingan seorang kyai. Yang ketiga yaitu Kiyai, kyai merupakan seorang pengajar sebuah pondok pesantren. yang keempat yaitu masjid, didalam pondok pesantren, masjid biasanya untuk sarana belajar dan mengajar, seperti belajar kitab dan mengaji. Dan yang terakhir adalah kitab,

⁸² Muslim, “Hadist Sunnah Riwayat Muslim 2128,” *Sunnah.Com*, <https://Sunnah.Com/Muslim:2128>.

⁸³ Yuliana Permana, “Adab-Adab Berpakaian Bagi Muslim Dan Muslimah,” *Muslim.Or.Id*, Last Modified 2019, <https://Muslim.Or.Id/47057-Adab-Adab-Berpakaian-Bagi-Muslim-Dan-Muslimah.Html>.

⁸⁴ Hendi Kariyanto, “Peran Pondok Pesantren Dalam Masyarakat Modern,” *Jurnal Pendidikan “Edukasia Multikultura”* 2, No. 2 (2020): 16.

kitab yang digunakan dalam pesantren merupakan kitab kuning. Kitab yang ditulis oleh para ulama Islam terdahulu pada zaman pertengahan. Untuk menunjang pembelajaran kitab-kitab tersebut santri diajarkan mengenai ilmu bantu seperti ilmu nahwu, shorof, balagoh, ma'nani dan lain sebagainya.⁸⁵

Pondok pesantren dapat dipahami sebagai Lembaga Pendidikan Islam yang memiliki struktur dan elemen-elemen pokok agama dalam penyelenggaraannya. Sebagai lembaga yang telah berakar kuat dalam tradisi masyarakat Indonesia, pondok pesantren terus memainkan peran utama dalam membangun kehidupan beragama yang harmonis dan berkeadaban. Maka dari itu didalam pesantren pasti memiliki aturan dan norma-norma yang ditetapkan untuk mendisiplinkan para santri. Dalam kehidupan santri umumnya memiliki gaya hidup yang sederhana dan dipengaruhi oleh nilai-nilai Agama Islam, nilai budaya dan tradisi keilmuan. Pola konsumsi santriwati juga dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai tersebut dan keinginan individu. Aspek utama yang dapat membentuk gaya hidup santri terdiri dari :

1. Prinsip kesederhanaan dalam kehidupan santri.

Pola hidup sederhana pada santri bukan berarti hidup dengan kekurangan, tetapi hidup sederhana yaitu tidak berlebih-labihan dalam segala hal meskipun halal. Prinsip kesederhanaan pada santri juga dapat dilihat dari cara berpakaian, menyediakan dan membeli makanan dan minuman yang sederhana. Kesederhanaan ini dapat dikembangkan yaitu dengan selalu hidup sabar, tawakal, dan wira'i. Dalam hal *Fashion* santri biasanya cenderung memilih pakaian yang sederhana yang sesuai dengan syariat Islam

2. Ketaatan pada peraturan pesantren

Setiap pondok pesantren pasti memiliki aturan-aturan tertulis maupun tidak tertulis untuk mendisiplinkan para santrinya. Salah satunya yaitu peraturan terkait menggunakan pakaian. Adapun beberapa contoh peraturan dalam menggunakan pakaian muslim yaitu pakaian yang digunakan harus menutupi aurat, tidak ketat dan tidak transparan sehingga dapat terlihat bentuk tubuh seseorang. Ketaatan juga dilihat dari bagaimana santri berperilaku, karena dimata orang lain, santriwati merupakan cerminan wanita sholihah yang berakhlak yang baik.

3. Pola konsumsi yang dipengaruhi oleh lingkungan.

Santri memiliki gaya hidup yang dapat dipengaruhi oleh interaksi antar santri. Seperti adanya seniorits yang biasanya santri baru akan mengikuti gaya hidup para

⁸⁵ Zulhimma, "Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren Di Indonesia," *Jurnal Darul 'Ilmi* 01, No. 02 (2013): 169–172.

seniornya agar terlihat sama. selain itu terdapat juga kebiasaan saling menukar baju atau meminjam baju antar santri. Dari keduanya dapat memberikan dampak dalam mengonsumsi *fashion* guna untuk menyetarakan dengan santri lainnya. Selain itu pengaruh dari media sosial juga dapat mempengaruhi pola konsumsi santri. Hal ini bisa saja terjadi karena ketika santri pulang dan mengoprasikan sosial media, mereka akan mengetahui tren fashio terkini.

4. Pengaruh nilai keIslaman dalam mengosumsi *Fashion*

Pada umumnya seorang santri akan lebih memilih produk atau pakaian dengan merk muslim yang jelas karena dianggap sesuai dengan nilai keIslaman. Dan menghindari berpakaian yang modis tetapi tidak sesuai syariat Islam.⁸⁶

G. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu organisasi, program, atau bahkan individu dalam konteks tertentu. SWOT merupakan akronim dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Pendekatan analisis SWOT digunakan untuk merumuskan tujuan yang jelas dalam suatu kegiatan bisnis atau proyek tertentu, serta mengenali berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung atau menghambat pencapaian tujuan tersebut. Proses ini dilakukan dengan cara mengevaluasi serta memilah unsur-unsur yang berkaitan dengan empat aspek utama, kemudian dituangkan dalam bentuk matriks SWOT. Dalam penerapannya, analisis ini menunjukkan bagaimana kekuatan (strengths) dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang (opportunities), bagaimana mengatasi kelemahan (weaknesses) agar tidak kehilangan peluang, bagaimana kekuatan bisa digunakan untuk menghadapi ancaman (threats), dan bagaimana kelemahan yang ada dapat dikelola agar tidak menimbulkan atau memperbesar potensi ancaman.⁸⁷

Dalam melakukan analisis terhadap perilaku konsumsi fashion muslim di kalangan santriwati, diperlukan pendekatan strategis yang mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kecenderungan mereka. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah kerangka SWOT.

1. **Kekuatan (Strength)** dalam konteks ini dapat dimaknai sebagai potensi atau keunggulan internal yang dimiliki oleh santriwati maupun lingkungan pondok pesantren, seperti kesadaran agama yang tinggi, pembiasaan hidup sederhana, serta

⁸⁶ Wiwin Fitriyah, Abd Hamid Wahid, And Chusnul Muali, "Eksistensi Pesantren Dalam Pembentukan Kepribadian Santri," *Palapa* 6, No. 2 (2018): 155–173.

⁸⁷ I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018, 5.

pemahaman akan batasan syar'i dalam berbusana. Faktor-faktor ini menjadi modal penting yang dapat mengarahkan perilaku konsumsi santriwati agar tetap sejalan dengan nilai-nilai Islam.

2. **Kelemahan (Weakness)** merujuk pada keterbatasan yang dapat menghambat tercapainya perilaku konsumsi yang ideal, seperti kurangnya wawasan mengenai manajemen keuangan pribadi, keterpengaruhan pada tren mode yang bersifat sementara, dan lemahnya kontrol diri dalam membedakan kebutuhan dan keinginan.
3. **Peluang (Opportunities)** dalam analisis ini mencakup terbukanya tren fashion muslim yang semakin berkembang secara positif, meningkatnya literasi digital, serta kemudahan akses informasi tentang gaya busana Islami yang sesuai syariat melalui platform sosial media. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk mengedukasi santriwati agar tetap modis namun tetap dalam koridor agama.
4. **Ancaman (Threats)** muncul dari faktor eksternal seperti maraknya konten-konten komersial yang menonjolkan gaya hidup konsumtif, tekanan dari lingkungan pertemanan, serta keberadaan mode global yang tidak sesuai dengan nilai kesederhanaan Islami. Jika tidak diimbangi dengan pemahaman yang matang, kondisi ini dapat menggiring santriwati pada pola konsumsi yang kurang rasional.⁸⁸

Dengan menggunakan analisis SWOT, perilaku konsumsi fashion santriwati tidak hanya dapat dipetakan secara sistematis, tetapi juga dapat dijadikan dasar untuk merumuskan strategi pembinaan yang lebih tepat sasaran, guna membentuk pribadi muslimah yang cerdas secara spiritual maupun finansial.

⁸⁸ Imma Rokhmatul Aysa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2020): 131–132.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Pondok Pesantren Ma'had Al-'Ulumisy Syar'iyah lil Banat Yanbu'ul Qur'an Kudus.

1. Letak Geografis Pondok MUS-YQ Putri

Pondok Pesantren Ma'had Al-'Ulumisy Syar'iyah Yanbu'ul Qur'an Lil Banat (MUS-YQ Putri) berdiri di Kota Kudus Provinsi Jawa Tengah tepatnya di Jalan KHM. Arwani, RT 02, RW 02, Nomor 82 Desa Kerjasan Kabupaten Kudus dengan kode pos 59135. Kontak yang dapat dihubungi yaitu (0291) 442907 / 085747508865. Pondok pesantren ini memiliki jarak yang cukup dekat dengan bangunan menara Kudus yang memudahkan para santri untuk akses berziarah ke makam Sunan Kudus . Adapun data-data mengenai bangunan pondok MUS-YQ Putri sebagai berikut:

- a. Status Tanah : Tanah Wakaf
- b. No. Sertifikat : 975
- c. Luas Tanah : 1191 m²
- d. Status Bangunan : Milik Sendiri
- e. Luas Bangunan : 131,25 m²

2. Sejarah Pondok MUS-YQ Putri

Pesantren Ma'had al-'Ulumisysyar'iyah Yanbu'ul Qur'an lil Banat, atau yang lebih dikenal dengan nama MUS-YQ Putri, didirikan pada tahun 1993 M. di bawah naungan Yayasan Arwaniyyah. Nama MUS-YQ Putri sendiri merujuk pada MUS-YQ Putra yang sudah berdiri lebih dulu pada tahun 1990 M dan berlokasi di daerah Kwanaran, Kudus. Kedua lembaga ini berada dalam satu naungan yang sama, Yayasan Arwaniyyah. Adanya pendirian MUS-YQ Putri ini didorong oleh banyaknya permintaan dari orang tua yang anak-anaknya sedang menuntut ilmu di Madrasah Banat (sekolah untuk remaja putri). Menyadari hal ini, pihak Yayasan Arwaniyyah berinisiatif untuk memberikan dukungan dengan menyediakan fasilitas dan sarana belajar yang dapat membantu para santri untuk melanjutkan proses pencarian ilmu mereka.

Pada awal pendiriannya, MUS-YQ Putri hanya memiliki 11 orang santri yang semuanya merupakan siswi Madrasah Banat. Seiring waktu, lembaga ini terus berkembang dengan melalui berbagai proses, seperti adanya santri Huffadz yang dipersiapkan khusus selama satu tahun di MUS-YQ Putri untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Putri. Selain itu, ada juga santri

MAK Banat yang sempat tinggal di MUS-YQ Putri meskipun hanya untuk beberapa bulan saja.

Semua proses ini menjadikan MUS-YQ Putri terus memperbaiki diri dari tahun ke tahun, baik dari segi fasilitas, kualitas pengajaran, maupun manajemennya. Namun, karena jarak yang jauh antara pusat Yayasan Arwaniyyah dan Pondok MUS-YQ Putri yang tidak memungkinkan untuk dikelola dalam satu asuhan, maka pengelolaan Ma'had ini akhirnya diserahkan kepada KH. Ahmad Munfa'at Abdul Jalil, Lc., yang diberikan amanah untuk mengelola dan memajukan lembaga tersebut.⁸⁹ Pondok pesantren Ma'had Al-'Ulumisy Syar'iyah Yanbu'ul Qur'an Lil Banat (MUS-YQ Putri) saat ini sudah memiliki berkisar 150-170 santriwati. Santriwati yang berada di pondok tersebut memiliki jenjang sekolah dari Madrasah Tsanawiyah hingga Madrasah Aliyah.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Pondok

a. Visi

Visi dari pondok MUS-YQ Putri Kudus ini mencetak generasi santriwati yang berakhlakul karimah, mandiri, bertanggung jawab, dan berilmu sesuai dengan nilai-nilai Qur'ani dan Ahlussunnah Wal Jamaah.

b. Misi

Misi pondok MUS-YQ Putri Kudus yaitu ; membentuk generasi santriwati berakhlakul karimah dan mendidik dan mengembangkan generasi santriwati yang mandiri, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ajaran Ahlussunnah Wal Jama'ah.

c. Tujuan

Tujuan dari didirikannya Pondok MUS-YQ ini yaitu terwujudnya generasi santriwati berakhlakul karimah dan memiliki kepekaan sosial yang tinggi serta terbentuknya generasi santriwati yang mandiri dan mampu mengamalkan ilmu yang berlandaskan nilai-nilai Qur'an dan sesuai ajaran Ahlussunnah Wal Jama'ah.

4. Struktur Kurikulum Pondok MUS-YQ Putri

Kurikulum yang diterapkan di Pondok MUS-YQ Putri berfokus pada pengembangan akhlak mulia dan pendalaman ilmu keagamaan. Kitab-kitab yang dijadikan rujukan dalam kegiatan sorogan setiap malam setelah Maghrib meliputi Ta'lim Muta'allim, Taqrib, Nahwu Jurumiyyah, dan Tafsir.

⁸⁹ Yayasan Arwaniyyah, "Profil Dan Sejarah Pondok Pesantren Ma'had Al-Ulumissyar'iyah Yanbu'ul Qur'an Lil Banat Kudus," *Yayasan Arwaniyyah*, Last Modified 2022, <https://www.arwaniyyah.com/mus-yq-kerjasan/>.

Aktivitas mengaji Al-Qur'an menjadi bagian wajib dalam keseharian santri dengan tiga jadwal utama, yaitu setelah sholat Subuh, Ashar, dan Isya. Bagi santri yang mengikuti program hafalan, terdapat waktu khusus yang dilaksanakan pada malam hari setelah sholat Isya. Saat ini, terdapat sekitar 25 santri yang terlibat dalam program hafalan Al-Qur'an tersebut. Namun, proses hafalan masih berada pada tahap awal, mengingat padatnya jadwal kegiatan sekolah. Meski demikian, para santri berupaya memanfaatkan waktu yang ada secara optimal, dengan menekankan konsistensi dan ketekunan dalam menghafal meskipun dilakukan secara bertahap.⁹⁰

5. Struktur Organisasi

Pondok MUS-YQ Putri memiliki kepengurusan yang terdiri dari para guru (Ustadz/Ustadzah) dan Karyawan. Berikut merupakan susunan kepengurusan Pondok MUS-YQ Putri :

a. Susunan Pengurus

Bagan 3. 1 Kepengurusan Pondok Pesantren MUS-YQ Putri

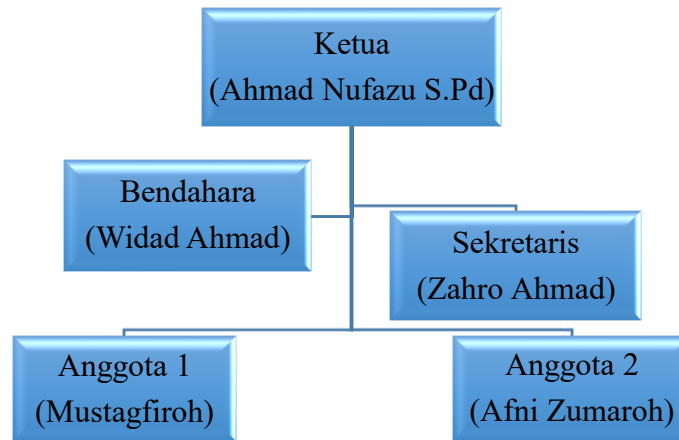


Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024,
Diolah oleh Penulis, 2025

⁹⁰ Komariah, "LPJ KHIDMAH KOMARIAH," .

b. Struktur Organisasi Pengurus Madrasah Diniyah (Madin)

Bagan 3. 2 Kepengurusan Madrasah Diniyah (Madin)



Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024,
Diolah oleh Penulis, 2025

c. Daftar Guru Ngaji

Tabel 3. 1 Daftar Guru Mengaji Al-Qur'an Pondok MUS-YQ Putri

No.	Nama	Alamat	Tahun Mengajar	Pendidikan Terakhir
1.	Umi Hj. Naili Rochmah	Kudus	1994	Madrasah Aliyah
2.	Musyarrofah	Kudus	1997	Pondok
3.	Afni Zumaroh	Kudus	2008	Madrasah Aliyah
4.	Mustagfiroh	Kudus	2013	Madrasah Tsanawiyah
5.	Zahro Ahmad	Kudus	2015	S1
6.	Abdul Jamal	Jepara	2024	Pondok
7.	Widad Ahmad	Kudus	2015	Madrasah Aliyah
8.	Suhaelatul Faizah A	Kudus	2017	S1
9.	Hani Niyarti	Kudus	2018	Madrasah Aliyah
10.	Naily Rizqiyati	Pati	2018	Madrasah Aliyah
11.	Salma Rusyda Ahmad	Kudus	2019	Madrasah Aliyah

No.	Nama	Alamat	Tahun Mengajar	Pendidikan Terakhir
12.	Komariah	Lampung	2023	Madrasah Aliyah
13.	Lailatud Daqiqoh	Demak	2023	Madrasah Aliyah
14.	Ainun Sakinah	Bandung	2022	Madrasah Aliyah
15.	Waffiq Kamaliya	Jepara	2023	Madrasah Aliyah
16.	Ni'matul Khorul Ummah	Purwodadi	2024	Madrasah Aliyah
17.	Akmilanadina	Kudus	2024	Madrasah Aliyah
18.	Arina Manasikana	Semarang	2024	Madrasah Aliyah

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024,
Diolah oleh Penulis, 2025

d. Daftar Guru Ngaji Kitab

Tabel 3. 2 Daftar Guru Mengaji Kitab Kuning Pondok MUS-YQ Putri

No.	Nama	Alamat	Tahun Mengajar	Pendidikan Terakhir	Jam Mengajar	Mata Pelajaran
1	Ahmad Nufazu S.Pd.	Kudus	2014	S1	Malam Selasa dan Jum'at Pagi	Nahwu dan Tauhid
2	Dwi Harjono	Kudus	2018	Madrasah Aliyah	Malam Kamis- Malam Senin	Hadits, Tafsir, Akhlak, Bulughul Marom
3	Nurun Mujtaba	Kudus	2018	Madrasah Aliyah	Malam Ahad - Malam Rabu, dan malam sabtu	Hadits, Pegon, Shorof, Fiqh, Nahwu
4	Sofchal Jamil	Kudus	2024	Madrasah Aliyah	Jum'at pagi	Tauhid
5	Baha'udin Jamil	Kudus	2022	Madrasah Aliyah	Malam ahad - Malam rabu, dan malam sabtu	Shorof, Nahwu, Hadits, Akhlak, Fiqh
6	Ahmad Darus Salim	Kudus	2024	Madrasah Aliyah	Malam ahad – malam rabu dan Malam sabtu	Pegon, ahlak, nahwu, shorof, fiqh

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024, Diolah oleh Penulis

e. Daftar Karyawan

Tabel 3. 3 Daftar Karyawan Pondok MUS-YQ Putri

No.	Nama	Alamat	Sejak Tahun	Pendidikan Terakhir
1.	Siti Fatimah	Kudus	2004	Madrasah Aliyah
2.	Juliatil Farkhatid Daroin	Jepara	2012	Madipu
3.	Siti Sholichah	Jepara	2014	Madrasah Tsanawiyah
4.	Ahmad Mustofa	Kudus	2017	Madrasah Aliyah
5.	Masfufah	Kudus	2020	Madrasah Aliyah
6.	Faristin	Kudus	2021	Madrasah Aliyah

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024,

Diolah oleh Penulis, 2025.

6. Kegiatan Santri

a. Kegiatan Harian (24 Jam)

Tabel 3. 4 Jadwal Kegiatan Harian Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

No.	Alokasi Waktu	Uraian Kegiatan
1	04.30-05.00	Jama'ah Subuh
2	05.00-06.30	Ngaji Al-Qur'an, Sarapan
3	06.30-14.00	Sekolah
4	14.00-15.00	Makan Siang dan Istirahat
5	15.00-15.30	Jama'ah Ashar
6	15.30-17.30	Ngaji Al-Qur'an Binnadhri
7	17.30-18.30	Jama'ah Maghrib
8	18.30-19.00	Madrasah Diniyyah
9	19.00-19.30	Jama'ah Isya'
10	19.30-20.00	Asma'ul Husna
11	20.00-20.30	Makan Malam
12	20.30-21.30	Setoran Tahfidh
13	20.30-22.00	Jam Belajar Mandiri
14	22.00-04.00	Tidur

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024,

Diolah oleh Penulis, 2025

b. Kegiatan Mingguan

Tabel 3. 5 Jadwal Kegiatan Mingguan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

No.	Alokasi Waktu	Uraian Kegiatan	Keterangan
1	18.30-19.00	Yasinan, Tahlilan	Malam Jumu'ah
2	20.00-21.00	Dziba'iyah	Malam Jumu'ah
3	09.00-10.00	Ro'an Pondok	Jumu'ah Pagi
4	13.30-selesai	Tartilan Ayatan	Jumu'ah Siang

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024, Diolah oleh Penulis

c. Kegiatan Bulanan

Tabel 3. 6 Jadwal Bulanan Santriwati Pondok MS-YQ Putri

No.	Alokasi Waktu	Uraian Kegiatan	Keterangan
1	16.00-17.00	Ziarah Sunan Kudus & Abah Munfaat Abdul Jalil	Minggu ke-2
2	16.00 – 17.00	Ziarah Simbah KH. Arwani Amin, Hj. Naqiyul Khod, Ummi Hj. Noor Ishmah & Abah Munfaat Abdul Jalil	Minggu ke-4

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024,
Diolah oleh Penulis

d. Kegiatan Tahunan

Tabel 3. 7 Jadwal Kegiatan Tahunan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

No.	Alokasi Waktu	Uraian Kegiatan	Keterangan
1	1 Muharrom	Do'a Awal Tahun dan Akhir Tahun	
2	Rabi'ul Awwal	Maulid Nabi Muhammad SAW	
3	24 Rabi'ul Awwal	Muqodamman dan Tahlilan	
		Mbah KH. Arwani Amin-Mbah Nyai Hj. Naqiyul Had	
4	Rajab	Haflah dan Isra' Mi'raj	
5	Sya'ban	Muqodaman dan Tahlilan KH. Abdullah Salam-Mbah Nyai Hj. Aisyah Kajen Pati	
6	Kondisional	Ziarah Para Wali	2 Tahun Sekali
7	Sya'ban	Muwadda'ah	
8	6 Syawal	Halal bi Halal/ Reuni Alumni Santri MUS-YQ putri	

Sumber : LPJ Khidmah Pondok MUS-YQ Putri 2024, Data diolah oleh Penulis, 2025

B. Data Kebutuhan Pondok Pesantren MUS-YQ Putri dan Kebutuhan Santriwati

a. Kebutuhan Pokok Pondok Pesantren

Tabel 3. 8 Data Kebutuhan Pokok Pondok MUS-YQ Putri

No.	Kebutuhan	Jumlah	Keterangan
1	Panah Syahriyyah (SPP)	Rp 750.000,00	Dibayarkan setiap bulan. Meliputi makan 3 kali sehari, jaminan kesehatan, listrik, air
2	Uang Pangkal	Rp 700.000,00	Meliputi kasur, bantal, lemari baju, rak buku (untuk santriwati baru)
3	Biaya Seragam	Rp 1.000.000,00	Meliputi seragam pondok sebanyak 3 pasang dan 1 mukena panjang.
4	Biaya Kitab	Rp 200.000,00	Meliputi Kitab kuning, kitab yanbu'a dan Al-Qur'an.
5	Infak Pengembangan	Rp 3.000.000,00	Untuk santriwati baru.
6	Infak Pembangunan pondok	Tidak ada batas nominal	Pembayaran dilakukan 2-3 bulan sekali dibawah naungan Yayasan Arwaniyyah untuk pembangunan pondok pesantren.

Sumber : Wawancara secara *online* dengan pengurus pondok

Data diolah penulis, 2025

b. Kebutuhan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

Tabel 3. 9 Data Kebutuhan Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

No.	Kebutuhan	Keterangan
1	Uang Saku	Uang saku setiap santriwati berbeda-beda dan keuangan dikelola masing-masing santri
2	Peralatan Mandi	Sabun mandi, shampo, pasta gigi, facial

No.	Kebutuhan	Keterangan
		wash, sikat gigi dan handuk
3	Alat ibadah	Mukena, sajadah, Kitab, Al-Qur'an
4	Pakaian muslimah	Baju panjang (pakaian yang menutup aurat), gamis, rok, hijab, kaos kaki, hijab, ciput, sarung wanita dan beberapa asesoris muslimah.
5	Peralatan Sekolah	Tas, sepatu, buku pelajaran, dan buku tulis.
6	Transportasi Sekolah	Sepeda bagi santriwati berjenjang Madrasah Aliyah (MA).

Sumber : Wawancara secara *online* dengan pengurus pondok

Data diolah penulis, 2025

C. Perilaku Konsumsi Santriwati MUS-YQ Putri

Santriwati Pondok MUS-YQ Putri merupakan santriwati yang sedang menginjak umur dewasa. Pada umumnya umur tersebut menjadi waktu mereka mengeksplorasi hal-hal baru disekitarnya. Santriwati Pondok MUS-YQ Putri memiliki umur berkisar 13-18 tahun. Para santriwati ini terbagi menjadi dua jenjang pendidikan, yaitu Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA). Total responden yang terlibat dalam wawancara penelitian ini sebanyak 20 orang yang terdiri dari 10 orang santriwati tingkat MTs dan 10 orang santriwati tingkat MA.

Santriwati Pondok MUS-YQ Putri sedang berada dalam fase eksplorasi yang signifikan terkait perilaku konsumsi *fashion*. Penelitian ini melibatkan 20 responden dari dua jenjang pendidikan, yaitu Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA). Mereka berasal dari berbagai daerah di Jawa Tengah dengan latar belakang ekonomi yang beragam. Sebagian besar responden berasal dari berbagai daerah di Jawa Tengah seperti Kudus, Rembang, Batang, dan beberapa kota lainnya dengan latar belakang keluarga yang beragam, mulai dari keluarga dengan ekonomi menengah kebawah hingga menengah keatas. Santri MUS-YQ putri merupakan remaja yang memiliki kebutuhan konsumsi sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang jauh dari orang tuanya.

Kebutuhan tersebut mencakup sandang, pangan, dan perlengkapan sehari-hari yang menunjang kehidupannya selama di pondok pesantren. Berbeda dengan masyarakat pada umumnya, perilaku konsumsi seorang santri dapat dipengaruhi oleh lingkungan pesantren yang lebih menekankan kesederhanaan serta sesuai dengan ajaran Agama Islam. Kehidupan di pondok pesantren membentuk pola konsumsi yang lebih terkendali dan mengajarkan untuk hidup lebih hemat dan mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan serta tidak berlebihan dalam mengonsumsinya. Pondok MUS-YQ memiliki peran utama dalam mengarahkan pola konsumsi santri agar tetap sejalan dengan ajaran

Agama Islam. Melalui berbagai program dan aturan pondok pesantren. Dalam kesehariannya santriwati memiliki kesempatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti berbelanja *Fashion*.

Pondok MUS-YQ juga menerapkan aturan dalam mengonsumsi barang seperti salah satu contohnya memperbolehkan para santrinya melakukan pembelian kebutuhan seperti makanan. Selain konsumsi makanan santri juga sering mengonsumsi *fashion*. *Fashion* yang mereka sering konsumsi yaitu *fashion* muslim seperti baju panjang, rok, hijab, sarung dan lain-lain. Konsumsi barang sekunder seperti kosmetik, asesoris, buku dan elektronik juga menjadi barang yang biasa dibeli oleh para santri. Namun pada praktiknya santriwati MUS-YQ ini memiliki preferensi konsumsi tertentu yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kebutuhan yang dikonsumsi para santri umumnya seperti makanan, *fashion* muslim perlengkapan ibadah, kitab, buku pelajaran dan barang sekunder seperti kosmetik, aksesoris, dan lain-lain. Santri MUS-YQ Putri paling sering dalam kesehariannya mengonsumsi makanan karena makanan merupakan kebutuhan utama yang dikonsumsi.⁹¹

Akses untuk informasi terkait tren *fashion* dikalangan santriwati cukup beragam. Beberapa santriwati mendapatkan informasi mengenai adanya tren terkini melalui sosial media seperti instagram, tiktok, dan youtube. Hal tersebut dapat dilakukan karena santriwati dapat mengoperasikan handphone pribadinya diluar pondok pesantren. Pondok pesantren memiliki peraturan mengenai larangan keras membawa handphone pribadi kedalam pondok pesantren, namun para santriwati tetap dapat mengakses informasi yaitu dengan menggunakan ponsel di luar pondok atau ketika mereka sedang beribur dan pulang kerumah masing-masing. Seperti yang dikatakan Ibu Zahro selaku pengurus utama bahwa alasan santriwati untuk membawa handphone karena kebutuhan madrasah, namun tetap dalam pantauan pondok pesantren.⁹²

Santriwati dalam kesehariannya, mereka merupakan anak-anak yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai ilmu Agama Islam. Mereka faham akan adanya aturan-aturan dalam berbusana sebagai layaknya seorang muslimah yang dianjurkan oleh agama. Anjuran seperti menutup aurat, tidak mengundang hawa nafsu dan terlihat sopan. Para santri juga telah dapat membedakan antara *fashion* muslim dan *fashion* pada umumnya. Adanya pengetahuan mengenai nilai kesadaran syariah dan nilai keIslaman, para santriwati memiliki pendapat yang berbeda dalam mengonsumsi *fashion* muslim terutama didalam pondok pesantren.

⁹¹ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

⁹² Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

Beberapa santri MTs merasa bahwa adanya tuntutan dalam menggunakan pakaian muslimah karena melihat di sekitarnya menggunakan pakaian yang cukup modis dan bagus, sedangkan mereka sebagai santri harus mementingkan peraturan dan status sebagai santri. Seperti yang di katakan oleh Farah Agustina dalam wawancara sebagai berikut “*Kalau aku iya merasa ada tuntutan mba, apalagi kalo misal ada acara pengajian besar diluar pondok gitu pengennya terlihat yang cantik.*”⁹³ Hal tersebut menunjukkan bahwa ia mementingkan penampilannya terutama ketika berada diluar lingkungan pondok.

Konsumsi *fashion* muslim para santri memiliki perbedaan dalam waktu pembelian. Beberapa santri memilih membeli *fashion* ketika mereka merasa membutuhkan barang tersebut, namun masih ada yang membeli hanya untuk memenuhi keinginan atau karena mereka terpengaruh oleh teman satu kamarnya yang memiliki barang baru. Santri pondok MUS-YQ merupakan santriwati yang melek akan tren dan merek, karena hampir seluruh santriwati ini mengetahui merek terutama pada *fast fashion*. Mereka membeli *fashion* muslim yanag mereka kenakan ketika merasa pakaian tersebut bagus dan menarik. Selain itu mereka membeli dengan alasan lain seperti banyaknya baju yang hilang dan memang dibelikan dari para orang tuanya.⁹⁴ Berikut merupakan data pembelian *fashion* muslim santriwati MUS-YQ Putri.

Tabel 3. 10 Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati MUS-YQ Putri Dalam Satu Bulan

NO	NAMA SANTRI	JENJANG	BANYAK KONSUMSI <i>FASHION</i>	UANG SAKU
1.	Amiddana Qurratu Aini	MTS	1 kali	Rp500.000/bulan
2.	Syifa ‘Unnafisah	MTS	1 kali	Rp600.000/bulan
3.	Tania Dwi Maulida	MTS	1 kali	Rp900.00/bulan
4.	Nurul Zakiyyah	MTS	Tidak pernah	Rp600.000/bulan
5.	Magfira Ataya Gusma	MTS	1 kali	Rp900.000/bulan
6.	Farah Agustina	MTS	Tidak Pernah	Rp600.000/bulan
7.	Syifa Nadya	MTS	1 kali	Rp900.000/bulan
8.	Nadine Albera El Haq	MTS	Tidak pernah	Rp600.000/bulan
9.	Salma Ayu Syifa	MTS	Tidak pernah	Rp090.000/bulan
10.	Nisreena Farida	MTS	1 kali	Rp500.000/bulan

⁹³ Hasil Wawancara Santriwati Mts Farah Agustina.

⁹⁴ Hasil Wawancara Ibu Siti Fatimah Pengurus Pondok Pesantren Ma’had Al-Ulumissyar’iyyah Lil Banat Yanbu’ul Qur’an Kudus, 2025.

11.	Khansa Khilyati Miskiyya	MA	1 kali	Rp1.500.000/bulan
12.	Zakiya R	MA	2 kali	Rp1.500.000/bulan
13.	Vaniesya Indana Zulfa	SMK	3 kali	Rp1.500.000/bulan
14.	Balqis Adzra Faiha	MA	3 kali	Rp1.800.000/bulan
15.	Suci Rohmah Aulya	MA	2 kali	Rp1.800.000/bulan
16.	Kansa Nur Salima	MA	2 kali	Rp900.000/bulan
17.	Alfa Mafaza	MA	2-3 kali	Rp1.500.000/bulan
18.	Sekar Amulia	MA	2 kali	Rp900.000/bulan
19.	Jihara Nailus Syifa	MA	1 kali	Rp700.000/bulan
20.	Naila Hanifa	MA	3 kali	Rp1.200.000/bulan

Sumber : Data Diolah Penulis, 2025

Data diatas menunjukkan bahwa santriwati memiliki perilaku konsumsi terhadap *fashion muslim* yang berbeda beda.

Berdasarkan data yang dihimpun dari 20 santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri, terlihat adanya kecenderungan perilaku konsumtif dalam konsumsi *fashion muslim*, terutama pada kalangan santriwati jenjang MA dan SMK. Sebagian besar dari mereka memiliki frekuensi konsumsi *fashion* hingga 2-3 kali dalam sebulan, seperti yang ditunjukkan oleh santriwati bernama Alfa Mafaza dan Suci Rohmah Aulya yang melakukan konsumsi *fashion* sebanyak 2-3 kali per bulan dengan uang saku sebesar Rp1.500.000 hingga Rp1.800.000. Bahkan santriwati seperti Jihara Nailus Syifa memiliki uang saku mencapai Rp2.000.000 per bulan dan tetap melakukan pembelian *fashion*.

Perilaku konsumtif santriwati terhadap *fashion muslim* tidak hanya tercermin dari frekuensi pembelian, tetapi juga dari nilai pengeluaran per item yang tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari pernyataan salah satu santriwati tingkat MA, Alfa Mafaza, yang mengungkapkan, *"aku bisa membeli baju gamis atau atasan muslim sekitar dua sampai tiga kali sebulan, dan setiap pasangannya bisa habis Rp300.000 sampai Rp400.000, tergantung model dan toko langganannya."*⁹⁵ Pernyataan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga selera, tren, dan preferensi gaya. Meskipun berada di lingkungan pesantren yang menekankan prinsip kesederhanaan, santriwati tetap menempatkan *fashion* sebagai bagian penting dari keseharian mereka. Nilai pengeluaran tersebut, jika dikalikan dengan frekuensi konsumsi dalam sebulan, menunjukkan total biaya yang cukup besar untuk kebutuhan sekunder, sehingga dapat dikategorikan sebagai perilaku konsumtif. Dalam perspektif ekonomi Islam,

⁹⁵ Hasil Wawancara Santriwati MA Farah Agustina.

khususnya menurut Monzer Kahf, konsumsi semacam ini bisa termasuk dalam kategori tidak rasional jika tidak mempertimbangkan maslahat, kebutuhan nyata, serta proporsi dengan penghasilan atau uang saku yang dimiliki.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari Ibu Zahro Ahmad selaku pengasuh pondok, yang menjelaskan bahwa tren harga pakaian muslim di pasaran saat ini memang mengalami peningkatan. Ia menyebutkan, "*Pakaian yang biasa dibeli para santriwati sekarang ini, seperti gamis, tunik, dan khimar, harganya bisa mencapai ratusan ribu rupiah untuk satu pasangannya, tergantung bahan dan mereknya.*" Menurut beliau, meskipun beberapa santriwati masih memilih model yang sederhana, tidak sedikit pula yang mengikuti tren fashion kekinian yang harganya relatif tinggi. Kenyataan ini menunjukkan bahwa faktor harga bukan lagi menjadi penghalang utama bagi sebagian santriwati dalam membeli pakaian muslim, sehingga membuka peluang terjadinya perilaku konsumsi yang tidak efisien jika tidak disertai kesadaran syariah dan pengelolaan uang yang bijak. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri dalam pembinaan karakter konsumsi santriwati agar tetap berada dalam koridor kesederhanaan dan tidak terjebak dalam pola hidup konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai pesantren.

Kondisi ini menunjukkan bahwa alokasi pengeluaran untuk kebutuhan sekunder seperti pakaian dan aksesori muslimah menjadi prioritas yang cukup tinggi, melebihi kecenderungan untuk menabung atau mengalokasikan dana bagi kebutuhan pendidikan. Fenomena ini mencerminkan perilaku konsumtif, di mana keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh gaya hidup dan keinginan untuk tampil menarik daripada kebutuhan mendesak. Dalam konteks pendidikan pesantren yang idealnya menanamkan prinsip hidup sederhana dan hemat, tingginya intensitas konsumsi fashion ini patut menjadi perhatian, karena berpotensi bertentangan dengan nilai-nilai kesederhanaan dan prinsip syariah yang diajarkan dalam lingkungan pesantren.

Konsumsi *fashion* muslim menjadi salah satu konsumsi yang biasanya dilakukan oleh para santri. Dalam mengonsumsi *fashion* muslim, para santriwati dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor. Berdasarkan hasil wawancara, santri MTs dan Santri MA memiliki perbedaan dalam faktor yang mempengaruhi dalam mengonsumsi *fashion* muslim. Santriwati kelas 7 dan 8 MTs dalam mengonsumsi *fashion* muslim masih dalam pantauan orang tua, jadi para santri tersebut belum ada melakukan pembelian *fashion* muslim saat dipondok. Untuk santriwati MTs kelas 9 cenderung membeli pakaian muslim ketika mereka benar-benar membutuhkannya, meskipun ada juga yang membeli *fashion* muslim karena mereka tertarik dengan model yang atau warna terbaru.

Selain itu santriwati MTs kelas 9 juga lebih sering membeli *fashion* muslim ketika bersama orang tuanya ketika mereka menginginkan membeli *fashion* muslim yang sedang hits. Seperti yang dikatakan oleh Syifa santriwati MTs "*Terkadang saya mengikuti tren terkadang juga karena kebutuhan tetapi juga terkadang membeli karena saya benar-benar membutuhkan barang itu.*"⁹⁶ Kondisi ini membuat para santriwati MTs dapat lebih bisa mengontrol keuangannya atau uang sakunya dalam memenuhi kebutuhan lainnya seperti makanan dan kebutuhan mendadak yang tidak bisa dibantu orang tuanya secara cepat. Disamping itu, santriwati MTs bisa menabung uang sakunya untuk digunakan dimasa depan atau waktu ketika mereka membutuhkan dan dapat digunakan untuk infak dan shodaqoh.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi santriwati dalam melakukan konsumsi *fashion* berbeda-beda. Faktor tersebut yaitu seperti faktor estetika atau faktor keindahan suatu barang. Para santriwati banyak yang menyukai sesuatu yang mereka anggap bagus, cantik dan indah dilihat. Seperti yang dikatakan oleh salah satu santriwati "*Kadang kalo ada yang lucu juga aku beli.*"⁹⁷ Faktor selanjutnya yaitu berasal dari media sosial. Maraknya tren busana saat ini membuat para santri menjadi tertarik untuk mengonsumsi *fashion* muslim karena mereka menginginkan sesuatu yang saat ini sedang banyak digunakan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi konsumsi santriwati yaitu adanya ajakan atau pengaruh teman sebaya dan santriwati lain dilingkungan pondok. Biasanya para ketika para santriwati ingin membeli sesuatu mereka akan meminta pendapat sesama santri atau teman dekatnya untuk memutuskan konsumsi suatu barang. Para santriwati juga biasanya melihat dari bagaimana kakak kelasnya berpakaian. Kondisi ini dikatakan sendiri oleh pengurus pondok pesantren Ibu Zahro Ahmad "*Biasanya kalo saya lihat anak MTs itu dalam berfashion mereka cenderung melihat bagaimana mbak-mbak MA dalam berbusana. Yang nanti dapat mereka simpulkan ketika mereka sudah MA nanti mereka bisa pakai yang seperti itu.*"⁹⁸. Dapat dikatakan kondisi tersebut sudah turun-menurun dilakukan oleh para santriwati, namun tidak seluruhnya santriwati seperti itu.

Terdapat pula santriwati yang tidak merasa terpengaruh dengan kondisi sekitarnya. Hal tersebut dikarenakan mereka merasa selera dalam berbeda dalam berfashion. Walaupun mereka sama-sama menggunakan *fashion* muslim tetapi dalam memadukan busana mereka memiliki selera yang berbeda-beda. Dalam konsumsinya santriwati sangat mudah untuk membeli *fashion* muslim ketika mereka sedang dipesantren. Hal tersebut dikarenakan pondok pesantren MUS-YQ Putri tidak satu lingkup dan tidak satu yayasan

⁹⁶ Hasil Wawancara Santriwati Mts Syifa Nadya.

⁹⁷ Hasil Wawancara Santriwati MA Jihara Nailus Syifa

⁹⁸ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

dengan madrasah santriwati di setiap harinya. Dengan begitu, para santri terutama santriwati kelas 9 hingga MA dengan mudah membawa *handphone* pribadi, namun tidak dengan membawanya kedalam pondok pesantren melainkan menitipkannya di luar pesantren. Pondok pesantren MUS-YQ ini memiliki peraturan yang ketat menegnai pembawaan *handpone* pribadi.

Seperti yang dikatakan oleh Ibu Zahro Ahmad “*Untuk anak MTs walaupun sudah ada peraturan dilarang membawa handphone kedalam pondok, tapi pihak madrasah mengadakan ujian berbasis CBT yang mewajibkan semua murid membawa handphone. Akhirnya mereka tetap diizinkan membawa handphone tetapi setelah pulang sekolah handphone mereka tetap dikumpulkan ke para ustadzah dan tidak boleh dimainkan. Tetapi untuk anak MA mereka lebih memilih menitipkan handphonenya diluar pondok, seperti teman kelasnya, ibu laundry dan ada tempat penitipan hp yang berbayar. Maka dari itu anak MA lebih sering membeli barang-barang online dibanding anak MTs.*”⁹⁹ Adanya hal tersebut menjadi sebuah faktor yang sangat memungkinkan para santriwati melakukan konusmi *fashion* muslim meskipun dipesantren.

Para santriwati juga biasanya melihat dari bagaimana kakak kelasnya berpakaian. Kondisi ini dikatakan sendiri oleh pengurus pondok pesantren Ibu Zahro Ahmad “*Biasanya kalo saya lihat anak MTs itu dalam berfashion mereka cenderung melihat bagaimana mbak-mbak MA dalam berbusana. Yang nanti dapat mereka simpulkan ketika mereka sudah MA nanti mereka bisa pakai yang seperti itu*”¹⁰⁰. Dapat dikatakan kondisi tersebut sudah turun-menurun dilakukan oleh para santriwati, namun tidak seluruhnya santriwati seperti itu. Adapula santriwati yang tidak merasa terpengaruh dengan kondisi sekitarnya. Hal tersebut dikarenakan mereka merasa selera dalam berbeda dalam ber*fashion*. Walaupun mereka sama-sama menggunakan *fashion* muslim tetapi dalam memadukan busana mereka memiliki selera yang berbeda-beda.

Faktor selanjutnya dipengaruhi oleh latar belakang ekonomi keluarga yang berbeda. Santriwati yang bermukim dipondok MUS-YQ Putri memiliki latar belakang yang beragam, dari menengah ketas hingga latar belakang yang sederhana. Para santriwati yang memiliki latar belakang menengah keatas cenderung konsumtif dalam mengonsumsi barang, dalam konsumsinya mereka dapat berbelanja *fashion* 1-2 kali dalam satu bulan. Kondisi ini sering ditemui pada jenjang MA, hal ini juga dikatakan oleh salah satu santriwati MA sebagai berikut “*Aku 2 kali sebulan biasanya*”. Sedangkan untuk santrwati yang memiliki latar

⁹⁹ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

¹⁰⁰ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

belakang ekonomi sederhana mereka tetap melakukan konsumsi barang termasuk *fashion* muslim sebanyak satu kali dalam 1-2 bulan. Disisi lain, beberapa santriwati tersebut merasa bahwa dirinya juga harus membeli barang yang sama seperti temannya, yang mengakibatkan mereka terlihat sering ikut berbelanja.

Pondok pesantren MUS-YQ Putri memiliki peraturan-peraturan tersendiri yang diberikan kepada para santrinya ketika sedang melakukan sebuah pelanggaran. Salah satu peraturan yang diberikan yaitu terkait dengan cara berpakaian sebagai seorang santri. Para santriwati diajarkan berpakaian yang sederhana dan sesuai dengan syariat Agama Islam. Apabila ada santriwati yang melanggar maka sanksinya akan berupa teguran hingga penyitaan barang. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Siti Fatimah berikut *“kalo ada santri yang konsumsi pakaian yang ga sesuai Islam ya ditegur dan diperingatkan. Dan biasanya ga boleh dipake lagi, kayak rok levis yang ada belahan atau yang pendek. Itu kan gaboleh yaa ditegur kalo ada yang make dan gaboleh dipake lagi. Tapi kalau masih dilanggar ya kami sita.”*

Peraturan Pondok pesantren MUS-YQ putri memiliki dalam bentuk tertulis dan tidak tertulis. Peraturan tersebut salah satunya mengenai berbusana yang digunakan dalam pondok dalam kesehariannya. Peraturan penggunaan busana dibuat guna mendisiplinkan santriwati dalam ber*Fashion* sebagai muslimah. Adapun peraturan tertulis yang wajib ditaati oleh santriwati sebagai berikut :

- a) Tidak diperbolehkan menggunakan celana selama berada di lingkungan pesantren.
- b) Baju yang digunakan tidak boleh terlalu pendek (harus dibawah pantat dan diatas lutut).
- c) Tidak diperbolehkan memakai kaos berlempang pendek untuk digunakan sebagai inner kemeja muslimah atau sebagai pakaian rangkap.
- d) Tidak diperbolehkan menggunakan hijab model pashmina.
- e) Pakaian yang harus dibawa hanya 6 pasang dan 2 seragam pondok.

Peraturan-peraturan tersebut diberikan ketika santriwati baru masuk pondok pesantren agar para santriwati baru bisa memulai beradaptasi dengan lingkungan pesantren yang berbeda dengan lingkungan sebelumnya.

Adanya peraturan dan sanksi tersebut merupakan sebuah ajaran untuk menjadi pribadi yang disiplin dan bertanggung jawab. Dalam hal *fashion* pun mereka didisiplinkan dalam penggunaan sehari-hari. Namun dalam prakteknya masih banyak santriwati yang belum sesuai dengan aturan yang ada. Meskipun para santriwati merupakan pelajar Islami, namun mereka belum mengetahui lebih dalam terkait adanya bagaimana cara berperilaku yang lebih rasional dalam melakukan pembelian suatu barang ataupun jasa. Para santriwati

juga belum mengetahui terkait adanya perilaku konsumsi muslimah dengan teori Monzer Kahf.

Berdasarkan wawancara dengan pengurus pondok pesantren dalam melihat adanya tren *fashion* muslim yang saat ini banyak yang bertentangan dengan nilai Islam, sebagai para pengurus pondok memiliki kekhawatiran tersendiri. Akan tetapi pondok pesantren sudah memiliki aturan-aturan dan sanksi yang harus ditaati oleh para santriwati. Seperti adanya teguran bertahap dan penyitaan *fashion* yang tidak sesuai aturan. Hal ini diperkuat dengan wawancara oleh pengurus pondok pesantren Ibu Siti Fatimah yang menagtakan bahwa apabila ada santriwati yang konsumsi pakaian yang tidak sesuai Islam akan ditegur dan diperingatkan. Biasanya pakaian tersebut tidak boleh digunakan lagi dan apabila masih dilanggar akan dilakukan penyitaan. Santriwati Pondok MUS-YQ putri memiliki bekal pengetahuan agama yang cukup baik, namun sebagai siswa yang sedang belajar di jenjang MTs dan MA mereka belum mengetahui adanya urgensi dalam berfikir rasional dalam memutuskan mengonsumsi suatu barang ataupun jasa.

Menurut hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan data bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi *fashion* muslim di kalangan santriwati Pondok MUS-YQ Putri, yang terbagi antara santriwati Madrasah Aliyah (MA) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs). Santriwati MA cenderung lebih aktif dalam berbelanja, dipengaruhi oleh tren yang berkembang. Faktor estetika menjadi salah satu alasan utama, di mana santriwati tertarik pada keindahan dan model produk *fashion* yang sedang tren, sehingga konsumsi *fashion* muslim bagi mereka tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri.

Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam mengedukasi santriwati tentang adanya urgensi dalam berpikir rasional dalam konsumsi, termasuk pemahaman mengenai prinsip-prinsip rasionalitas konsumsi yang diusulkan oleh Monzer Kahf. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini diharapkan dapat membantu pihak pondok dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mendidik santriwati dalam perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Rasionalitas Konsumsi Menurut Monzer Kahf

Perilaku konsumsi santriwati Pondok MUS-YQ Putri dalam membeli *fashion muslim* dapat dianalisis menggunakan prinsip rasionalitas konsumsi yang dikemukakan oleh Dr. Monzer Kahf, Ph.D. Dalam teorinya, Monzer Kahf menekankan bahwa konsumsi yang rasional adalah konsumsi yang sesuai dengan beberapa aspek yang dihubungkan dengan ajaran Agama Islam. Aspek-aspek tersebut yaitu melihat dari sisi keberhasilan, skala waktu dan konsep kekayaan. Hal ini merupakan hal yang perlu ada dalam lingkup santriwati, melihat mereka berada didalam lingkungan pesantren yang memiliki ajaran agama yang lebih kuat. Nilai kesederhaan dan penguasaan hawa nafsu yang diajarkan dipesantren juga menjadi nilai utama yang ditanamkan didalam pesantren.

Perilaku konsumsi santriwati MUS-YQ Putri pada praktiknya diketahui bahwa santriwati belum sepenuhnya menerapkan prinsip konsumsi yang sepenuhnya dapat dikatakan rasional. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor eksternal seperti tren, lingkungan sosial dan adanya daya tarik estetika pada produk yang mempengaruhi mereka dalam mengonsumsi *fashion muslim*. Oleh karena itu dalam pembahasan ini akan menguraikan sejauh mana perilaku konsumsi para santriwati dalam mengonsumsi *fashion muslim* yang sesuai dengan prinsip rasionalitas konsumsi yang dikemukakan oleh Monzer Kahf. Berikut pembahasan mengenai perilaku konsumsi santriwati berdasarkan prinsip rasionalitas konsumsi Monzer Kahf

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi *Fashion Muslim* Santriwati Pondok MUS-YQ Putri Menurut Teori Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf

Santriwati MA memiliki perbedaan dengan santriwati MTs. Santriwati MA lebih cenderung sering berbelanja karena dipengaruhi oleh tren yang saat ini sedang berkembang. Menurut Monzer Kahf dalam papernya yang berjudul “*The Demand Side Or Consumer Behavior Islamic Perspective*” mengatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi yaitu faktor eksogen dan faktor endogen.¹⁰¹ Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi santriwati dalam mengonsumsi *fashion muslim* menurut Monzer Kahf sebagai berikut:

¹⁰¹ Kahf, “*The Demand Side Or Consumer Behavior Islamic Perspective By Monzer Kahf.*”

a. Faktor Eksogus

1) Faktor Selera dan Estetika

Faktor estetika seperti keindahan dan ketertarikan santriwati pada suatu produk alasan utama mereka sering berbelanja. Alasan yang mereka berikan yaitu diantaranya karena model tren yang bagus dan mereka suka berbelanja. Berdasarkan hasil penelitian, meskipun santriwati MA tergolong suka berbelanja dan dianggap oleh pihak pengurus memiliki perilaku konsumtif, namun terdapat beberapa santriwati MA yang tetap mengonsumsi *fashion* muslim sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa bagi para santriwati MA konsumsi *fashion* muslim bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga menjadi sebuah ekspresi diri dalam kehidupan sehari-hari. Seperti hasil wawancara dengan Alfa santriwati MA yang mengatakan bahwa sebenarnya ia membeli karena mengikuti tren yang ada, tetapi terkadang juga membeli sesuai kebutuhan.¹⁰²

Kondisi ini dapat dikaitkan dengan faktor preferensi dan pilihan konsumen. Preferensi konsumsi terlihat dari kecenderungan santriwati memilih *fashion* muslim yang dianggap menarik dari segi desain dan warna. Sebagian besar dari mereka menyatakan membeli karena tertarik dengan model baru atau karena merasa lucu dan estetik.¹⁰³ Santriwati akan mempertimbangkan harga dan kemampuan keuangan mereka (garis anggaran) sebelum memutuskan pembelian. Kombinasi antara preferensi dan anggaran inilah yang mengarah pada pilihan konsumsi aktual, misalnya membeli hijab dengan harga terjangkau daripada gamis baru. Santriwati yang memiliki pengendalian anggaran menunjukkan perilaku konsumsi yang lebih rasional dibandingkan mereka yang mudah terpengaruh tren.

Menurut peneliti, hal ini merupakan indikasi awal dari perilaku konsumsi yang rasional, karena mereka mempertimbangkan antara selera dan kemampuan keuangan. Namun, dalam praktiknya, beberapa santriwati tetap membeli barang karena ajakan teman atau sekadar mengikuti tren. Pilihan konsumen yang ideal menurut ekonomi Islam adalah pilihan yang mampu memaksimalkan maslahat tanpa melampaui batas. Oleh karena itu,

¹⁰² Hasil Wawancara Santriwati MA Alfa Mafaza

¹⁰³ Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, 241.

santriwati perlu didorong untuk melakukan pertimbangan yang lebih kritis dan berlandaskan nilai syariah dalam setiap keputusan konsumsinya.

Menurut perspektif rasionalitas Monzer Kahf, yang mengatakan bahwa dalam konteks ekonomi Islam, sebuah konsumsi idelanya didasarkan pada pertimbangan maslahat (kebaikan) dan kebutuhan untuk mendapatkan sebuah keberhasilan, bukan hanya sekedar nafsu.¹⁰⁴ Dalam praktiknya, para santriwati menunjukkan adanya pertimbangan rasional yang bercampur dengan emosi dan sosial budaya. Santriwati dalam memilih *fashion* muslim akan mempertimbangkan bentuk, warna, model dan selera sesuai yang mereka inginkan. Untuk itu *fashion* muslim dikalangan santriwati ini bukan hanya sekedar sandang, melainkan juga bagian dari sebuah identitas diri dan cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Fenomena ini juga menunjukka bahwa santriwati menjadi aktor sosial yang menafsirkan dan memeilih *fashion* muslim secara selektif sesuai dengan kebutuhan dan kecenderungan estetika mereka.

Menurut peneliti, kondisi para santriwati yang difaktori oleh selera dan estetika merupakan faktor yang sesuai dengan faktor eksogen menurut Monzer Kahf yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Santriwati dalam memenuhi kebutuhan dasarnya bukan hanya dilandaskan pada keinginan semata tetapi untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini menjadi suatu yang wajar dilakukan oleh semua orang ketika ingin mengonsumsi barang. Kondisi ini menggambarkan bahwa santriwati tidak hanya rasional dalam memenuhi kebutuhan tetapi juga rasional dalam memenuhi kebutuhan sosialnya. Akan tetapi, sebagai santriwati sebaiknya juga harus membatasi dalam pembelian dan harus bisa mengontrol emosi selera ketika hendak membeli *fashion* muslim agar tidak terjadi pembelian yang berlebihan dan memicu terjadinya pemborosan.

2) Faktor Media Sosial dan Tren

Faktor yang kedua yaitu faktor adanya media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. Dalam hal ini santriwati baik MTs maupun MA menjadikan media sosial menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam memilih dan mengonsumsi *fashion* muslim. Para pedagang maupun influencer dimedia sosial saat ini juga memiliki teknik promosi yang dapat

¹⁰⁴ Kahf, *The Islamic Economy Analitical Study Of The Runctioning Of The Islamic Economic System*, 18.

menarik pelanggan dengan baik seperti para santriwati ini. Santriwati merasa bahwa peran media sosial ini sangat membantu mereka dalam mengonsumsi *fashion* muslim. Media sosial akan merekomendasikan tentang cara penggunaan *fashion* yang baik dan terlihat *fashioneble* walaupun mereka tertutup.

Adanya video atau foto yang didapatkan dari media sosial, membuat para santriwati MTs maupun MA lebih memiliki banyak rekomendasi *fashion* dan meningkatkan rasa ingin membeli ketika mereka melihat para pedagang maupun infleuncer mempromosikan *fashion* muslim. Namun terdapat beberapa santriwati yang tidak begitu terpengaruhi oleh adanya media sosial dalam memilih dan mengonsumsi *fashion* muslim. Hal tersebut dikarenakan mereka tidak terlalu memperhatikan informasi mengenai *update fashion* yang dipromosikan atau dipamerkan di media sosial.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi aktor yang signifikan dalam membentuk preferensi dan keputusan konsumsi *fashion* muslim kalangan santri MUS-YQ. Menurut peneliti, telah melihat adanya kehadiran media sosial ini telah memperluas cakrawala estetika santriwati. Melalui kontens yang dikemas secara menarik oleh pedagang, santriwati tetap mendapatkan *fashion* yang aktual, modis dan tetap sesuai syariat. Menariknya tidak semua santriwati menunjukkan respon yang sama satu sama lain karena sebagian dari mereka tidak terlalu terpengaruh. Peneliti menilai bahwa pengaruh media sosial terhadap konsumsi *fashion* muslim santriwati bukanlah sesuatu yang linier dan mutlak, melainkan dinamis dan kontekstual.

Santriwati banyak dipengaruhi oleh lingkungan sosial seperti teman sebaya dan kakak kelas, serta paparan media sosial. Mereka cenderung mengikuti tren tanpa mempertimbangkan urgensi kebutuhan barang tersebut. Perilaku ini mencerminkan adanya konsumsi yang bersifat imitasi dan emosional. Fenomena ini belum mencerminkan konsumsi yang ideal menurut Islam. Konsumsi yang baik semestinya dilakukan atas dasar pertimbangan manfaat dan kebutuhan, bukan karena ingin tampil serupa dengan yang lain. Oleh karena itu, pondok pesantren sebagai lembaga pembentuk karakter perlu memperkuat nilai-nilai syariah dalam hal berpakaian dan gaya hidup melalui pembiasaan dan keteladanan. Santriwati

juga perlu dibekali dengan literasi digital agar mampu menyaring informasi dan tidak mudah terjebak dalam arus tren konsumtif.

Menurut perilaku konsumsi Kotler, Aspek psikologis berupa motivasi santriwati dalam membeli *fashion* seringkali bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan dorongan psikologis untuk merasa diterima, dihargai, dan dianggap “*up to date*”. Persepsi mereka terhadap produk *fashion* dipengaruhi oleh apa yang dianggap populer di media sosial. Proses belajar yang mereka alami melalui observasi gaya berpakaian orang lain membentuk keyakinan bahwa tampil modis adalah bagian dari identitas yang ideal. Kepercayaan ini tidak selalu lahir dari nilai Islam, tetapi lebih dari internalisasi simbol gaya dan status. Maka, aspek psikologis menjadi pendorong utama perilaku konsumsi yang kurang rasional.¹⁰⁵

Menurut peneliti kondisi tersebut dapat dikitikan dengan faktor sosial budaya juga terbukti mendorong konsumsi *fashion* santriwati. Gaya hidup teman sebaya, pengaruh dari kakak kelas, serta paparan terhadap media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi pemicu santriwati untuk membeli barang-barang *fashion* meskipun belum menjadi kebutuhan mendesak. Hal ini selaras dengan pemikiran Prathama yaitu faktor budaya dan sosial ini dilihat dari berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika, sopan santun, dan tata nilai yang disebabkan ingin mengikuti kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih baik.¹⁰⁶ Beberapa santriwati bahkan membeli barang karena ingin tampil modis saat menghadiri pengajian atau ketika pulang ke rumah, bukan karena kebutuhan pokok. Hal ini menandakan bahwa konsumsi *fashion* juga menjadi bagian dari representasi identitas sosial.

Menurut peneliti setelah melakukan observasi melihat bahwa media sosial merupakan hal yang berguna dan perlu digunakan oleh semua masyarakat untuk menggali informasi terkait kemajuan zaman. Akan tetapi, dalam lingkup pesantren ini santriwati menunjukkan bahwa mereka bukan hanya sekedar sebagai objek arus media, tetapi juga subjek aktif yang membentuk sebuah gaya hidup yang lebih religius dan modern. Adanya peran media sosial dalam kehidupan santriwati apabila tidak terkontrol, maka dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Hal tersebut dikarenakan

¹⁰⁵ Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam,” 7.

¹⁰⁶ Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, 238.

mereka dengan bebas dapat berbelanja sesuai yang mereka senangi di berbagai platform. Padahal perilaku konsumtif tidak sesuai dengan ajaran Agama Islam dan tidak sesuai dengan teori etika konsumsi yang ditekankan oleh Monzer Kahf yang menatakana bahwa sikap boros dan berlebih merupakan ciri masyarakat yang tdiak mengenal tuhan.¹⁰⁷

Mengingat santriwati merupakan murid sekolah yang masih harus dipantau, media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk selera *fashion* santriwati. Oleh karena itu pihak pondok pesantren bisa memberikan pengawasan atau dengan mengadakan seminar kecil yang mengedukasi tentang menyikapi konten digital bisa menjadi sebuah solusi. Santriwati perlu diarahkan untuk menjadikan media sosial sebagai sarana edukatif dan inspiratif, bukan hanya sebagai tempat konsumsi impulsif. Sesuai dengan teori perilaku konsumen yang mengatakan bahwa

3) Faktor Teman Sebaya dan Lingkungan Pondok

Faktor ketiga yang mempengaruhi dalam mengonsumsi *fashion* muslim yaitu dari teman sebaya atau lingkungan satu pondok pesantren. Santriwati MUS-YQ Putri memiliki umur dan kelas yang berbeda disetiap angkatannya. Menurut penjelasan dari pengurus pondok, biasanya dimulai santriwati kelas 8 MTs akan melihat bagaimana kakak tingkatnya dalam berpakaian. Begitupun seterusnya, para santriwati yang tergolong masih berada ditingkatan kelas bawah akan melihat bagaimana cara berpakaian santriwati yang lebih lama tinggal dipondok tersebut. Bukan hanya dari cara berpakaian saja, namun merek pakaian hingga penggunaanya dapat menjadi acuan dalam berpakaian sehari-hari.

Adanya dukungan hingga ajakan teman satu pondok juga menjadi alasan yang mendorong mereka sering membeli *fashion* muslim. Faktor lain juga dikarenakan adanya para ustadzah muda yang juga mengonsumsi dan berpakaian bagus yang dapat menjadi referensi para santri dalam memilih dan mengonsumsi *fashion*. Dalam hal ini baik dari jenjang MTs maupun MA juga terdapat santriwati yang tidak terpengaruh dikarenakan selera *fashion* yang berbeda hingga faktor latar belakang ekonomi yang berbeda pada setiap santriwati. melihat adanya santriwati yang lebih muda cenderung meniru gaya berpakaian santriwati seniornya. Hal ini merupakan

¹⁰⁷ Khaf., 28.

bentuk proses belajar sosial dimana santriwati meniru perilaku yang dianggap ideal dalam komunitasnya.

Menurut Kotler, Faktor sosial sangat kuat dalam memengaruhi keputusan konsumsi santriwati, terutama karena mereka hidup dalam komunitas yang intensif dan homogen. Keluarga sebagai organisasi sosial utama memang berperan, tetapi dalam konteks pesantren, teman sebaya dan lingkungan asrama lebih dominan dalam membentuk keputusan konsumsi sehari-hari. Ketika banyak teman membeli item fashion tertentu, tekanan sosial muncul untuk mengikuti, agar tidak merasa tertinggal atau terasing. Akibatnya, keputusan konsumsi menjadi tidak berbasis pada kebutuhan, tetapi pada dorongan untuk diterima secara sosial. Ini menciptakan kelemahan rasionalitas dalam perilaku konsumsi.¹⁰⁸

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara narasumber tampak jelas bahwa lingkungan sosial terutama teman sebaya dan struktur komunikasi pondok memiliki peran yang cukup signifikan. Fenomena ini juga diperkuat oleh Ibu Zahro yang mengatakan bahwa keberadaan para ustadzah muda sebagai figur referensi dalam *berfashion*. Para ustadzah muda di Pondok Pesantren MUS-YQ tergolong melek akan *fashion*. Tidak hanya sebagai pendidik, mereka juga tampil sebagai role model dalam berpakaian. Secara tidak langsung mereka menjadi standar baru bagi santriwati mengenai bagaimana penampilan yang baik menurut ukuran pondok. Melihat konteks ini, *fashion* menjadi media komunikasi sosial yang mencerminkan status dan aspirasi.

Menurut peneliti santriwati menunjukkan bahwa lingkungan pondok bukan hanya tempat belajar agama, tetapi juga ruang sosialisasi budaya konsumsi yang unik. Disisi lain santriwati menanamkan nilai kesederhanaan, namun disisi lain tidak lepas dari dinamika sosial yang mendorong mereka tampil dan diakui secara sosial melalui *fashion* muslim. Kondisi ini merupakan hal yang sesuai dengan konsep keberhasilan Monzer Kahf yang menekankan bahwa untuk mendapatkan keberhasilan maka harus bisa menyeimbangkan aspek moral dan spiritual. Santriwati telah melihat bagaimana *fashion* ustadzah yang modis namun syar'i. Kondisi tersebut dapat menjadi sebuah perubahan yang baik karena

¹⁰⁸ Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," 6.

santriwati seiring berjalannya waktu dapat mengganti *fashion* muslimnya sesuai dengan role model mereka yaitu para ustadzah.

Menurut peneliti, mengingat adanya pengaruh teman sebaya dalam ber*Fashion* didalam pondok, dan masih terdapat santriwati yang belum bisa menyesuaikan selera dalam ber*fashion* yang syar'i, maka pondok pesantren bisa melakukan beberapa kebijakan. Memang sudah seharusnya seorang santriwati berpakaian syar'i dan sopan, maka santriwati yang masih kurang syar'i dalam ber*fashion* harus bisa merubah cara berpakaianya. Alangkah baiknya apabila pondok pesantren melakukan sosialisasi terkait penggunaan *fashion* muslim yang benar dan syar'i. Selain itu santriwati juga sebaiknya menumbuhkan dan melakukan budaya saling menghargai gaya masing-masing serta memperkuat identitas pesantren sebagai ruang yang menjunjung kesederhanaan. Para ustadzah juga dapat dimaksimalkan untuk menjadi teladan dan contoh yang baik dalam ber*fashion*.

b. Faktor Endogenous

1.) Nilai Keyakinan dan Pendidikan KeIslaman

Keyakinan pada santriwati MUS-YQ Putri berlandaskan dari ajaran Agama Islam yang menjadi sebuah pedoman dalam menentukan pilihan seperti konsumsi. Nilai keyakinan menjadi poin pokok yang membentuk cara pandang dan perilaku individu termasuk dalam konsumsi *fashion*. Monzer Kahf menekankan bahwa konsumsi bukan hanya didorong oleh kepuasan semata, tetapi juga dengan mementingkan nilai-nilai spiritual. Menurut hasil penelitian dari 20 santriwati, mereka semua cenderung memilih busana yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti menutup aurat dan tidak berlebihan.

Pendidikan yang diterima para santriwati dipondok pesantren sangatlah berpengaruh dalam membentuk pola konsumsi santriwati. Kurikulum pendidikan yang telah ditentukan baik dalam pelajaran maupun kesehariannya dapat membentuk pemahaman santriwati bahwa mereka harus hidup sederhana dan sadar akan ajaran Islam. Dengan adanya nilai keyakinan dan pendidikan yang bersatu, faktor ini menjadi suatu yang kompleks dalam mempengaruhi santriwati dalam mengonsumsi *fashion* muslim. Pilihan *fashion* santriwati tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika saja, melainkan kepatuhan pada aturan

agama dan etika. Selain itu, santriwati juga dapat mengerti mengenai adanya hubungan akhirat dalam melakukan sesuatu, sehingga mereka dapat lebih mempertimbangkan lagi dalam mengonsumsi *fashion* muslim.

Menurut peneliti setelah melakukan observasi dan wawancara, perilaku santriwati cenderung menunjukkan bahwa seluruh santriwati MUS-YQ Putri telah melakukan pemilihan *fashion* muslim sesuai dengan prinsip Agama Islam.. Hal ini juga sekaligus membentuk kerangka berpikir dan keputusan ekonomi sehari-harinya dalam konsumsi *fashion* muslim. hal ini sesuai dengan teori aspek skala waktu. Menurut rasionalitas Monzer Kahf aspek skala waktu merupakan aspek yang menekankan harusnya memperhatikan adanya dunia dan akhirat.¹⁰⁹ Pada konteks ini santriwati yang dibekali pendidikan agama sudah sepatutnya memahami adanya hubungan dunia dan akhirat. Dalam hal konsumsi *Fashion* muslim faktor nilai kepercayaan dan pendidikan agama cukup mempengaruhi keputusan para santriwati dalam mengonsumsi.

Mereka akan memilih membeli *fashion* muslim dengan memikirkan jangka panjangnya dan mengingat adanya tanggung jawab moral baik di dunia maupun diakhirat. Akan tetapi, masih terdapat pula beberapa santriwati yang dirasa kurang dipengaruhi oleh nilai keyakinan dan pendidikan agama, namun faktor keyakinan dan pendidikan agama disini merupakan faktor dari dalam diri santriwati yang paling banyak mempengaruhi mereka dalam menentukan pilihannya. Oleh karena itu sebagai muslimah terutama santriwati harus selalu menanamkan nilai keyakinan dan pendidikan agama sebagai dasar melakukan pengambilan keputusan.

2) Faktor Latar Belakang Ekonomi

Menurut Ibu Zahro Ahmad selaku pengurus pondok, santriwati MTs dan MA memiliki perbedaan dalam konsumssi *fashion* muslim. Santriwati MTs tidak sering berbelanja dikarenakan semua kebutuhan semuanya sudah dipenuhi oleh orang tuanya dengan mengirimkan paket kebutuhan ke dalam pondok. Sedangkan untuk anak MA mereka cenderung konsumtif, melihat sering adanya paketan online yang datang beratas namakan santriwati MA. Menurutnya, para santriwati sering berbelanja dikarenakan mereka merupakan anak-anak dari latar belakang ekonomi

¹⁰⁹ Khaf., 20.

yang tinggi. Dana yang digunakan untuk membeli merupakan dari uang saku mereka yang cukup untuk membeli kebutuhan sendiri hingga membeli hal-hal yang diinginkannya.

Santriwati yang memiliki latar belakang sederhana memiliki uang saku yang berbeda dari santriwati dengan ekonomi yang tinggi. Namun hal tersebut membuat beberapa santriwati ini ingin memiliki gaya hidup yang sama dengan temannya. Uang saku mereka gunakan untuk membeli barang seperti *fashion muslim*, *skincare* dan barang lain dengan harga yang lebih murah tanpa melihat kualitas. Hal ini menyebabkan para santriwati dengan uang saku yang cukup rendah sering melakukan pembelian barang tanpa melihat kualitas. Menurut Ibu Zahro Ahmad hal tersebut bukanlah menjadi sebuah masalah besar bagi pondok pesantren dikarenakan tidak adanya keluhan dari para wali santri terkait kegiatan anaknya yang sering berbelanja.

Fakta tersebut juga diperkuat oleh adanya hasil penelitian pada para santri MA yang mengatakan bahwa dalam mengonsumsi *fashion muslim* dan kebutuhan lainnya mereka bisa melakukan pembelian sebanyak dua kali dalam satu bulan. Barang yang sering dibeli yaitu seperti kerudung, baju, makanan dan *skincare*. Dalam pembelian *fashion muslim* seperti baju dan hijab memiliki alasan tersendiri yaitu dikarenakan pakaian mereka sering hilang, akan tetapi hal tersebut ditambahi oleh Ibu Zahro Ahmad bahwa pakaian para santri tidak hilang tetapi tidak diurus dan akhirnya kotor dan tidak terpakai.

Perbedaan ini tidak hanya menimbulkan variasi dalam daya beli, tetapi juga menjadi fenomena sosial dari kelompok ekonomi menengah kebawah. Santriwati dengan latar belakang sederhana tetap berupaya untuk mengikuti gaya hidup teman-temannya yang lain walaupun tidak semuanya berperilaku seperti itu. Melihat adanya keterbatasan dana, santriwati ini cenderung membeli barang dengan harga yang lebih murah. Seringkali mereka membeli barang tersebut tanpa melihat kualitasnya. Disisi lain pihak pondok pesantren tidak menjadikan hal ini sebagai hal yang besar karena sampai saat ini belum pernah menerima laporan terkait belanja *fashion muslim* dari wali santri. Kondisi ini yang menjadi kelonggaran terhadap perilaku konsumsi dan mencerminkan bahwa

konsumsi sudah menjadi bagian dari rutinitas harian dan dianggap wajar ditengah perubahan zaman.

Dalam teori konsumsi konvensional, menurut faktor ekonomi seperti pendapatan rumah tangga sangat mempengaruhi tingkat konsumsi individu. Hal ini tampak nyata dalam data lapangan santriwati MUS-YQ Putri, di mana variasi jumlah uang saku memengaruhi intensitas pembelian fashion muslim. Santriwati dengan uang saku sebesar Rp500.000–600.000 per bulan cenderung lebih sering melakukan pembelian, bahkan hingga dua kali dalam sebulan. Sebaliknya, santriwati dengan uang saku harian sebesar Rp20.000–Rp30.000 cenderung tidak atau jarang membeli produk fashion. Fenomena ini mendukung pendapat Mankiw (2016) bahwa konsumsi bersifat pro-pendapatan, di mana semakin besar daya beli maka semakin besar pula kecenderungan untuk mengonsumsi.

Meskipun perilaku konsumsi ini sesuai secara ekonomi, dari perspektif Islam hal ini belum tentu menunjukkan perilaku konsumsi yang benar. Islam menekankan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan, serta larangan terhadap israf (berlebihan). Maka, santriwati yang sering membeli fashion karena memiliki uang saku besar perlu dibimbing agar dapat mengelola keuangannya lebih bijak. Konsumsi sebaiknya didasarkan pada kebutuhan, bukan semata-mata kemampuan finansial.

Menurut peneliti santriwati MA menunjukkan tingkat konsumsi yang lebih tinggi karena mereka umumnya sudah diberikan uang saku yang memadai. Santriwati juga sudah memiliki kebebasan dalam menentukan pembelajarannya sendiri. Fakta adanya nama-nama santriwati MA yang sering muncul dalam pengiriman paket belanja online menunjukkan adanya akses teknologi dan kemampuan finansial yang sekaligus mencerminkan kelas sosial. Kondisi tersebut kurang sesuai dengan teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf yang menekankan pemborosan harta merupakan sebuah kejahatan. Seharusnya, meskipun santriwati MA memiliki uang saku yang lebih, mereka harus bisa menggunakan uang tersebut secara benar bukan sebatas digunakan untuk memenuhi kebutuhan sahaja. Santriwati juga harus bisa mengelola keuangannya seperti menabung. Menabung merupakan salah satu alternatif yang bisa digunakan agar para santriwati tidak terjerumus pada sikap boros dan berlebih-lebihan.

Peneliti menilai bahwa konsumsi *fashion* muslim oleh latar belakang ekonomi ini bukan sekedar urusan individu, tetapi juga mencerminkan adanya cerminan bagaimana kelas, nilai material dan simbolisme sosial saling mempengaruhi dalam ruang yang seharusnya identik dengan kesederhanaan dan spiritualitas. Mengingat santriwati terutama santriwati MA ini merupakan santriwati yang tergolong masih suka membelanjakan keuangannya, maka adanya kolaborasi orang tua dengan pondok sangatlah perlu untuk lebih mengedukasi anak agar membawa uang saku secara proposional dan mendidik anak agar mengatur keuangan pribadi nya.

Menurut peneliti berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi *fashion* muslim santriwati MUS-YQ Putri, baik eksogen maupun endogenus, nilai keIslaman dan pendidikan agama merupakan faktor endogen yang paling berpengaruh dalam menentukan konsumsi *fashion* muslim pada santriwati. Walaupun faktor eksogen seperti pengaruh media sosial dan tren *fashion* juga memiliki dampak yang cukup signifikan, nilai internal dari agama menjadi dasar utama keputusan konsumsi para santriwati. Maknanya meskipun santriwati mungkin telah terkena dan mengikuti tren *fashion* muslim, mereka akan selalu menyesuaikan pilihan konsumsi mereka dengan nilai keIslaman dan pendidikan yang telah mereka anut.

2. Perilaku Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Berdasarkan Prinsip Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf

a. Konsumsi Berdasarkan Teori Keberhasilan

Dalam Perspektif Monzer Kahf konsep keberhasilan menjadikan keberhasilan sebagai hal yang baik apabila seseorang dapat menyeimbangkan dan dengan niat untuk mendapatkan keberkahan Allah SWT. Keberhasilan tidak hanya diukur dari pencapaian material tetapi juga lebih pada kesesuaian tindakan individu dengan prinsip syariah.¹¹⁰ Hal ini terlihat dari pilihan para santri terhadap *fashion* yang tidak semata-mata hanya mengikuti trend, tetapi mereka juga mempertimbangkan adanya aspek kesopanan, kesederhanaan dan nilai moral Islam. teori Monzer Kahf menekankan bahwa keberhasilan adalah ketika seorang muslim dapat menyeimbangkan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi.

Dalam hal *fashion*, santriwati yang menyeleksi busana berdasarkan pertimbangan agama telah menunjukkan adanya indikator keberhasilan yang ditekankan oleh Monzer Kahf. Santriwati juga menunjukkan adanya pemahaman

¹¹⁰ Kahf, "Islamic Economics," 18–22.

bahwa *fashion* muslim sarana untuk menjaga identitas sebagai muslimah dan bukan sekedar sebagai alat untuk tampil menarik dimata orang. Hal ini selaras dengan teori konsumsi Islam yang mengatakan bahwa konsumsi seorang muslim yaitu ketika mampu menjadikan kegiatannya sebagai bentuk ibadah.¹¹¹ Pilihan busana santriwati MUS-YQ Putri juga telah mencerminkan nilai keIslaman dan keseuaian dalam norma agama. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukann oleh Arlinda Nidia Corinna dan Eko fajar Cahyono (2019) yang mengaktakan bahwa mengonsumsi produk *fashion* yang berlabel halal dan sesuai syariah menjadi prioritas yang menunjukkan bahwa masih mengingat Allah di segala sisi.¹¹²

Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat faktor lingkungan pesantren dan kebijakan internal yang turut mempengaruhi gaya konsumsi santriwati. Aspek ini memiliki keterkaitan dengan teori Monzer Kahf yang menekankan pada nilai sosial dan etika konsumsi.¹¹³ Konsumsi santriwati memperhatikan norma sosial dan dampak lingkungan sekitar. Santriwati cenderung menyesuaikan *fashion* muslim mereka dengan budaya pesantren yang menuntut kesederhanaan. Seperti pada penelitian Ummi zakiyah (2020) yang menyebutkan bahwa sifat sederhana santri sudah diajarkan sejak awal masuk pesantren sehingga santri memiliki kebiasaan untuk hidup sederhana mulai dari pola makan, berpakaian hingga kehidupan sehari-harinya.¹¹⁴ Hal ini mencerminkan adanya tanggung jawab sosial dalam konsumsi yang menurut Monzer Kahf merupakan salah satu indikator keberhasilan.

Menurut hasil observasi, terdapat sebuah peraturan yang dapat disoroti yakni terkait berpakaian. Dalam peraturan ini, peneliti menemukan beberapa fakta terhadap ketidakpatuhan santriwati terhadap peraturan dalam berpakaian di dalam pondok. Dari beberapa peraturan berpakaian yang telah ada, terdapat peraturan yang belum sepenuhnya terealisasi. Santriwati yang masih bermukim tidak diperbolehkan menggunakan pakaian pendek tidak menutupi pantat, tidak boleh memakai pakaian rangkap dengan menggunakan kaos lengan pendek sebagai inner kemeja, dan membawa baju sebanyak 6 pasang saja. Peraturan-peraturan

¹¹¹ Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam*, 105.

¹¹² Corinna, Ekonomi, And Ekonomi, "Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millenial Terhadap Produk *Fashion* Perspektif Monzer Kahf : Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga," 328.

¹¹³ Kahf, "Islamic Economics," 27.

¹¹⁴ Zakiyyah, "Analisis Perilaku Konsumsi Santri Di Pondok Pesantren Ma'hadul 'Ilmi Wal 'Amal Boyolangu Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam.," 126.

tersebut merupakan peraturan yang belum sepenuhnya terealisasi dan patut disoroti karena dapat berdampak pada perilaku konsumsi *fashion* pada santriwati.

Saat ini, masih terdapat sebagian kecil santriwati yang melakukan pelanggaran terhadap peraturan pemakaian baju pendek dan penggunaan kaos sebagai inner kemeja. Menurut Ibu Siti Fatimah yang mengatakan bahwa masih banyak santriwati yang menggunakan pakaian pendek diatas pantat dan menggunakan kaos berlengan pendek sebagai inner kemeja meskipun sudah ditulis dalam peraturan pondok.¹¹⁵ Peraturan tersebut diberikan secara langsung ketika santri baru mulai masuk, sehingga bukan hanya santriwati saja yang mengetahui tetapi pihak orang tua juga mengetahui peraturan didalam pondok. Pada faktanya kondisi tersebut belum sepenuhnya teratasi dikarenakan santriwati memiliki keinginan tampil menarik dan mengikuti tren saat ini.

Menurut peneliti, setelah dilakukannya observasi dan wawancara, peneliti melihat bahwa kondisi tersebut benar adanya. Kondisi tersebut tidak sesuai dan belum mencerminkan adanya implementasi teori rasionalitas Monzer dalam konsumsi. Dalam teorinya Monzer mengatakan bahwa untuk mencapai sebuah keberhasilan, seseorang harus dapat menyeimbangkan antara aspek moral dan spiritual.¹¹⁶ Seharusnya, santriwati harus lebih mempertimbangkan kedua aspek tersebut yaitu kesopanan dan sesuai syariat. Sebagai seorang muslimah, santriwati wajib menaati peraturan tersebut karena pakaian yang mereka langgar tidak termasuk *fashion* muslimah dan kurang syar'i. Untuk mengatasi hal ini, pihak pondok harus lebih jeli dan teliti dalam melakukan pengawasan terhadap santriwati ketika berpakaian, agar santriwati menjadi pribadi yang lebih taat akan aturan. Santriwati juga sebaiknya lebih berhati-hati dalam ber*fashion* dan sebaiknya menggunakan *fashion* yang sesuai ajaran Agama Islam.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa para santriwati cenderung tidak merasa tertinggal secara sosial meski mereka berada dilingkungan pesantren yang menunjukkan bahwa adanya kontrol diri dan pemahaman nilai keberhasilan yang cukup baik dari sekedar penilaian duniawi. Hal ini menunjukkan peran rasionalitas konsumsi sebagaimana dijelaskan Monzer Kahf dalam memilih produk yang tidak hanya kesesuaian selera tetapi juga selaras dengan ajaran Agama Islam. Seperti yang dijelaskan pada konsep *fashion* muslim menurut Islam bahwa pakaian muslim memiliki kriteria yang harus diperhatikan seperti menutup aurat, berbahan

¹¹⁵ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Siti Fatimah.

¹¹⁶ Kahf, *The Islamic Economy Analytical Study Of The Functioning Of The Islamic Economic System*, 19.

tebal dan bukan berfungsi sebagai hiasan semata.¹¹⁷ Maka dalam mengonsumsi *fashion* muslim seseorang harus memperhatikan sisi moral dan spiritual.

Berdasarkan hasil penelitian, santriwati MUS-YQ Putri tingkat MTs dan MA menunjukkan bahwa cenderung memprioritaskan kebutuhan primer dalam hal *fashion*. Para santriwati mengonsumsi *fashion* muslim tidak hanya semata untuk menuruti gaya hidup tetapi karena mereka butuh dan tidak hanya didasarkan pada utilitas semata yaitu dengan memperhatikan dari sisi spiritual dan moral. Meskipun masih terdapat santriwati MTs yang kebutuhan *fashion* muslimnya telah dipenuhi oleh kedua orang tuanya, tetapi dalam memilih *fashion* mereka tetap mementingkan aspek spiritual. Seperti yang diungkapkan oleh Farah dan Zakiya yang mengatakan bahwa dalam memilih *fashion* muslim mereka mementingkan kedua aspek tersebut, walaupun terkadang apabila menemukan pakaian yang tren tetapi masih bisa dipadukan oleh ajaran Islam maka mereka tetap membelinya.¹¹⁸

Menurut kerangka teoritis yang dikembangkan oleh Monzer Kahf, perilaku konsumsi santriwati Pondok MUS-YQ Putri merepresentasikan upaya antara pemenuhan kebutuhan material (duniawi) dan spiritual (ukhrawi). Peneliti berasumsi bahwa indikator keberhasilan tidak berfokus pada satu hal yaitu sebatas pencapaian materi, melainkan juga mencakup kesesuaian perilaku dengan prinsip-prinsip syariah. Fenomena pemilihan busana muslim yang mempertimbangkan aspek kesopanan dan nilai-nilai moral Islam pada kalangan santriwati menunjukkan tingkat pemahaman dan internalisasi nilai-nilai keagamaan dalam praktik konsumsi. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksogen seperti dinamika tren mode dan pengaruh lingkungan sosial tetap memiliki signifikansi dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Temuan ini mengisyaratkan bahwa meskipun kesadaran normatif telah terbentuk, masih terdapat ruang untuk peningkatan konsistensi dalam penerapan prinsip rasionalitas konsumsi berbasis syariah.

Menurut peneliti setelah melakukan observasi dan wawancara, menunjukkan bahwa para santriwati Pondok MUS-YQ Putri dalam mengonsumsi *fashion* muslim bukan hanya sebatas mementingkan manfaat duniawi tetapi mereka juga mementingkan aturan yang sudah ditetapkan didalam ajaran Agama Islam. Akan tetapi masih terdapat pula pemikiran untuk membeli pakaian sesuai dengan keinginan mereka, namun mereka tetap memprioritaskan pembelian kebutuhan nya dibanding membeli *fashion* baru jika mereka sudah memilikinya.

¹¹⁷ Permana, "Adab-Adab Berpakaian Bagi Muslim Dan Muslimah."

¹¹⁸ Hasil Wawancara Santriwati MA Zakiya R. Dan Mts Farah

Maknanya, para santriwati MUS-YQ ini dapat dikatakan bahwa mereka telah menerapkan konsep keberhasilan yang dikemukakan oleh Monzer Kahf, namun belum sempurna dalam implementasinya. Hal ini dikarenakan sebagian besar santriwati dalam mengonsumsi *fashion* muslim mementingkan aspek keberhasilan yaitu menyeimbangkan antara aspek moral dan spiritual.

b. Konsumsi Berdasarkan Teori Skala Waktu

Perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati Pondok MUS-YQ Putri menunjukkan keberagaman dalam pengambilan keputusan berbelanja. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, terlihat bahwa sebagian santriwati mempertimbangkan faktor kebutuhan dan kualitas barang saat hendak mengonsumsi *fashion* muslim. Sementara sebagian lebih mengutamakan tampilan dan tidak teralalu memperhatikan kualitas. Perbedaan ini menunjukkan adanya keragaman dalam penerapan skala prioritas dalam konsumsi *fashion* muslim dikalangan santri MUS-YQ Putri. Dalam teori skala waktu Monzer Kahf, Konsumsi yang rasional berarti adanya kesadaran untuk mempertimbangkan keputusan dunia dan akhirat. Maka, keberagaman didalam pondok pesantren ini menjadi titik awal pening untuk melihat sejauh mana rasinalitas santriwati dalam skala waktu diterapkan.

Sebagian besar santriwati dalam mengonsumsi *fashion* muslim lebih memilih *fashion* yang memiliki harga dan merek yang baik sehingga pakaian tersebut dapat digunakan seterusnya dan tahan lama. Keputusan ini mencerminkan adanya kesadaran jangka panjang untuk mengoptimalkan manfaat dari barang yang mereka konsumsi yang sesuai dengan prinsip skala waktu. Seperti yang dikatakan oleh Tania santriwati MTs yang biasanya lebih memilih *fashion* muslim yang bermerek dengan review orang-orang yang sudah jelas dan pasti.¹¹⁹ Namun, tidak semua santriwati menunjukkan kecenderungan tersebut. Akan tetapi masih terdapat santriwati yang cenderung juga mengonsumsi pakaian tanpa memikirkan jangka panjang penggunaan. Dalam kondisi ini memiliki alasan ketika mereka sedang kepepet dan sangat membutuhkan pakaian itu, maka santriwati ini membeli *fashion* yang seadanya dan dapat digunakan secepatnya.

Alasan selain lebih memilih *fashion* yang saat ini sedang tren atau viral tanpa memperhatikan harga merek dan daya tahan pakaian tersebut, mereka juga mempertimbangkan dana yang mereka miliki dalam berbelanja dan dari melihat teman sebayanya yang menggunakan itu. Perilaku konsumsi tersebut cenderung

¹¹⁹ Hasil Wawancara Santriwati Mts Tania

membeli pakaian berdasarkan keinginan sesaat dan mengikuti tren yang sedang berkembang dimedia sosial. Perilaku konsumsi seperti itu dapat menimbulkan pola konsumsi hedonistik yang sering kali diartikan oleh para peneliti sebagai ketidakrasionalan dalam ekonomi Islam. Hal ini selaras dengan penelitian Arnadila (2023) yang mengatakan bahwa perilaku boros dan hedonisme cenderung sulit dikontrol dan mengurangi kesempatan untuk menyiapkan kebutuhan dimasa depan.¹²⁰

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan adanya perbedaan jawaban beberapa santri. Dari 20 santriwati terdapat 15 santri yang mengatakan memilih yang bermerek dan tahan lama dalam membeli *fashion* muslim, 5 santri lainnya memilih *fashion* muslim yang bagus dan dianggap baik meski merek dan harga dan bahannya tidak tahan lama. Dari hasil tersebut terdapat pergeseran dari konsumsi yang rasional ke konsumsi yang lebih berorientasasi pada tidak memikirkan jangka panjang penggunaan pada beberapa santri. Hal ini nantinya dapat mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak efisien. Monzer Kahf menekankan bahwa keputusan dalam mengonsumsi yang hanya berorientasi pada kesenangan semata tanpa memikirkan jangka panjang dapat menjauhkan seseorang dari konsep keberhasilan dalam Islam karena menitikberatkan pada pemenuhan nafsu konsumsi dibandingkan kebutuhan.

Fenomena yang terjadi dapat dikaitkan dengan ajaran Agama Islam yang tidak memperbolehkan bersifat boros. Teori skala waktu dalam perilaku konsumsi yang dikemukakan oleh Monzer Kahf menjadi faktor yang esensial dalam menentukan apakah konsumsi seseorang sudah dikatakan rasional. Teori ini apabila dikaitkan dengan ajaran Agama Islam mengajarkan bahwa seorang muslim harus mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari sesuatu yang dikonsumsi. Perspektif ini berawal dari konsep keberhasilan dunia dan akhirat yang setiap keputusannya harus memberikan manfaat yang bukan sekedar memberikan material tetapi juga melihat dari sisi kedepannya (jangka panjang). Dalam konteks ini santriwati MUS-YQ Putri menunjukkan dua kecenderungan yang berbeda.

Faktor lingkungan santriwati seperti teman sebaya dan adanya tren ternyata cukup berpengaruh terhadap keputusan konsumsi para santriwati. Berdasarkan hasil wawancara, santriwati menyebutkan bahwa mereka merasa terdorong membeli karena lingkungan mereka juga melakukan hal yang sama atau

¹²⁰ Syahputri, Harahap, And Harahap, "Analisa Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk *Fashion* Perspektif Monzer Kahf (Studi Kasus Mahasiswi Se-Kota Medan)," 265.

adanya dukungan dari teman. Seperti yang dikatakan Alfa santriwati MA ketika ia ingin membeli suatu barang dan temannya mengiyakan pertanyaannya maka dia akan membeli barang tersebut karena pendapat dari teman-temannya.¹²¹ Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki kesadaran atas nilai barang dan kebutuhan pribadi, dorongan sosial masih menjadi salah satu pengaruhnya.

Pengaruh tersebut dapat menjadikan santriwati minat untuk melakukan konsumsi pada *fashion* muslim. Akan tetapi ketika mereka memiliki pakaian yang sudah tidak digunakan, mereka akan terus menyimpan dan membawa pulang pakaian tersebut dan menggunakannya di rumah. Dalam teori skala waktu, menekankan keseimbangan konsumsi akhirat dan dunia. Konsumsi dapat menjadi amal shalih jika dilakukan dengan niat yang baik. Salah satunya dengan menyumbangkan pakaian yang masih tergolong layak pakai kepada yang lebih membutuhkan. Seharusnya santriwati dapat melakukan hal tersebut untuk menyeimbangkan konsumsinya, daripada menumpuk pakaian demi gaya hidup alangkah baiknya menyumbangkan kepada yang lebih membutuhkan agar menjadi sebuah amal shalih yang didapat.

Menurut teori perilaku konsumsi dalam Islam, konsep masalah menjadi pondasi utama dalam pengambilan keputusan konsumsi. Perilaku yang didasarkan pada prinsip kebutuhan, kesederhanaan, dan efisiensi merupakan bagian dari indikator rasionalisme dalam ekonomi Islam.¹²² Beberapa santriwati menunjukkan sikap sesuai dengan teori tersebut, seperti hanya membeli pakaian yang benar-benar dibutuhkan dan memprioritaskan kualitas dibanding kuantitas. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian dari santriwati telah menerapkan nilai-nilai konsumsi Islam yang sesuai dengan prinsip skala waktu. Namun, bagi santriwati yang masih mengikuti dorongan lingkungan tanpa pertimbangan yang matang, hal ini menunjukkan bahwa belum adanya internalisasi konsep tersebut secara utuh. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Arlinda dan Eko Fajar (2019) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa cenderung rasional lebih mementingkan ajaran agama untuk ibadah daripada duniawi, memperkuat adanya temuan ini.¹²³

Menurut peneliti berdasarkan hasil analisis ini disimpulkan bahwa dalam lingkungan Pondok pesantren MUS-YQ Putri ini tampaknya nilai kesederhanaan itu

¹²¹ Hasil Wawancara Santriwati MA Alfa Mafaza

¹²² Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*.

¹²³ Corinna, Ekonomi, And Ekonomi, "Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millenial Terhadap Produk *Fashion* Perspektif Monzer Kahf : Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga," 327.

sudah ada tetapi masih terdapat dinamika antara nilai-nilai tersebut dengan gaya hidup modern dan adanya budaya yang sedang tren saat ini melalui sosial media. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi santriwati pondok pesantren MUS-YQ Putri belum sepenuhnya menerapkan rasionalitas skala waktu menurut Monzer Kahf. Hal itu dikarenakan terdapat santriwati yang menunjukkan pola konsumsi yang mempertimbangkan kebermanfaatan jangka panjang, efisiensi dan maslahat, akan tetapi sebagian lainnya masih terpengaruh lingkungan sosial, konsumsi sesaat dan kurangnya keseimbangan akhirat dalam konsumsinya. Sebagai seorang santriwati seharusnya mereka harus bisa memikirkan adanya aspek jangka panjang. Bukan hanya dari segi awet atau tidaknya sebuah produk, tetapi juga harus memperhatikan manfaat dunia dan akhirat.

Seperti pada konsep skala waktu Monzer Kahf, yang menekankan untuk berbuat amal shaleh disamping melakukan kegiatannya dan selalu mengingat Allah. Dalam hal *Fashion* seharusnya santriwati dapat berpikir agar membeli *fashion* muslim yang lebih awet, sehingga uang yang mereka miliki dapat digunakan juga untuk amal di akhirat.¹²⁴ Dengan demikian, seharusnya diperlukan adanya penguatan nilai-nilai ekonomi Islam secara aplikatif dan pembiasaan literasi keuangan Islam yang baik agar seluruh santriwati dapat menerapkannya dikehidupannya. Peneliti meyakini bahwa dengan diadakannya edukasi mengenai manajemen keuangan dan penerapan prinsip konsumsi rasional berbasis syariah diperlukan guna meningkatkan kapasitas santriwati dalam membuat keputusan konsumsi yang optimal secara berkelanjutan.

c. Konsumsi Berdasarkan Teori Konsep Kekayaan (Barang)

Konsep kekayaan dalam Islam tidak hanya dipandang sebagai kepemilikan materi, tetapi juga sebagai amanah dan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di Pondok MUS-YQ Putri ditemukan adanya perbedaan antara santriwati MTs dan MA. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa mayoritas santriwati MTs memiliki pandangan yang rasional dalam memanfaatkan harta yang dimiliki. Santriwati Pondok pesantren MUS-YQ Putri ini merupakan santriwati yang belum memilih penghasilan pribadi. Harta atau uang yang mereka miliki merupakan pemberian dari orang tuanya. Dalam memenuhi kebutuhan, para santriwati harus dengan bijak memmanagement keuangannya untuk membeli barang-barang yang mereka

¹²⁴ Kahf, *The Islamic Economy Analitical Study Of The Runctioning Of The Islamic Economic System*, 21.

butuhkan. Para santriwati ini memiliki latar belakang ekonomi yang berbeda-beda sehingga dalam pemberian uang saku juga pasti berbeda setiap anaknya.

Menurut Ibu Siti Fatimah bahwa Pondok Pesantren MUS-YQ Putri sendiri memiliki batasan wajar dalam menggunakan uang saku mereka. Dalam seharinya santriwati dibatasi sekitar Rp20.000,00-Rp30.000,00 perharinya, namun peraturan tersebut tidak diterapkan dengan sangat ketat, karena melihat para santriwati juga memiliki kebutuhan sekolah yang terkadang tidak dapat diprediksi, seperti halnya anak SMK yang memiliki kebutuhan sekolah lebih banyak.¹²⁵ Contohnya pada santriwati SMK yaitu Vaniesya yang dalam pembelajarannya membutuhkan membeli kain dan alat jahit untuk tugas sekolahnya karena berada di jurusan tata busana. Maka dari itu para santriwati harus dapat mengatur hartanya selama dipondok pesantren. Dari adanya penelitian ini menganalisis bagaimana santriwati dalam mengelola harta yang dimiliki dengan adanya kebutuhan yang harus dicukupi.

Berdasarkan hasil penelitian, para santriwati MTs cenderung memprioritaskan menabung dan menggunakan uangnya untuk sesekali bersedekah atau infak daripada mengalokasikan uang untuk membeli *fashion* muslim baru. Hal tersebut dikarenakan dalam pemenuhan kebutuhan sandang mereka sudah dicukupi oleh orang tua masing-masing. Termasuk *fashion* muslim. Sikap ini menunjukkan adanya kesadaran dalam mengelola harta dengan lebih bertanggung jawab, sejalan dengan prinsip kosnusmi Islam yang menekankan keeseimbangan antara pengeluaran dan penyimpangan harata yang berlebih-lebihan. Temuan ini memperkuat teori Monzer Kahf yang menyatakan bahwa kekayaan dalam Islam harus digunakan dengan bijaksana dan tidak boleh mengarah pada israf (berlebih-lebihan), meskipun dalam konteks konsumsi terhadap produk halal sekalipun.¹²⁶

Keputusan mereka untuk menggunakan uang tabungannya dalam membeli *fashion* muslim juga harus dilihat dari perspektif efisiensi dan kebermanfaatan barang yang dibeli agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan hanya karena faktor tren atau keinginan sesaat. Dari segi Teori etika konsumsi Islam, konsep tabungan yang dilakukan oleh para santriwati menunjukkan prinsip kehati-hatian dalam penggunaan harta yang sesuai dengan ajaran Agama Islam. Agama Islam menganjurkan untuk membelanjakan harta

¹²⁵ Hasil Wawancara Pengurus Koperasi Ibu Siti Fatimah

¹²⁶ Kahf, *The Islamic Economy Analytical Study Of The Runctioning Of The Islamic Economic System*, 23.

kekayaan secara seimbang, tidak boros (israf) dan maupun kikir.¹²⁷ Santriwati MTs yang memilih untuk menabung dan tidak membeli *fashion* muslim secara mandiri menunjukkan penerapan etika konsumsi yang lebih sederhana dan mementingkan kebutuhan yang diberikan orang tua .

Berbeda dengan santriwati MTs, santriwati MA cenderung memilih untuk menabung uang sakunya dan nantinya digunakan untuk membeli *fashion* muslim baru atau membeli kebutuhan lainnya. Seperti yang dikatakan Balqis santriwati MA yang lebih memilih menabung untuk membeli kebutuhan lainnya, karena *fashion* muslim dianggap sebagai kebutuhan yang cukup mahal yang seharusnya dibelikan oleh orang tua.¹²⁸ Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Eka (2023) yang mengatakan bahwa para informan sulit untuk tidak tergiur dan masih sering dikuasai oleh hawa nafsu yang tidak dapat mengontrol keinginan.¹²⁹ Akan tetapi terdapat sedikit perbedaan pada santriwati MA yang tetap menabung uang sakunya untuk membeli *fashion* atau barang lain dikemudian hari.

Menurut Ibu Zahro Ahmad, santriwati MA lebih menunjukkan pola konsumsi yang lebih konsumtif dan cenderung sering berbelanja.¹³⁰ Hal tersebut juga diperkuat dengan wawancara dengan para santri MA yang mengatakan bahwa mereka berbelanja terkadang bisa sampai dua kali dalam satu bulan dalam membeli *fashion* muslim. Seperti pada santri MA yaitu Alfa yang biasanya melakukan konsumsi *fashion* muslim sebanyak 3 kali dalam satu bulan. Perilaku ini menunjukkan adanya pola konsumtif untuk pemenuhan jangka pendek. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seperti lingkungan atau media sosial, pemikiran yang belum matang dan keinginan mengikuti trend. Dalam Teori konsumsi Islam menjelaskan bahwa konsumsi yang baik adalah yang mempertimbangkan keseimbangan kebutuhan dan keinginan. Maka dengan adanya wawancara dengan pengurus pondok menjadi penguat temuan bahwa santriwati MA belum sepenuhnya menerapkan prinsip kekayaan dengan baik.

Menurut Kotler, dalam keputusan konsumsi santriwati juga dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti usia remaja, belum stabilnya kepribadian, serta belum matangnya pemahaman ekonomi. Gaya hidup santriwati yang masih berada dalam fase pencarian identitas cenderung reaktif terhadap hal-hal yang menarik perhatian secara visual, seperti *fashion*. Selain itu, keadaan ekonomi keluarga juga beragam,

¹²⁷ Kahf., 28.

¹²⁸ Hasil Wawancara Snaatriwati MA Balqis Adzra

¹²⁹ Ningsih, "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam *Fashion* Involvement Perspektif Monzer Kahf," 126.

¹³⁰ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

namun santriwati tidak selalu mampu menyesuaikan pola belanja dengan kondisi keuangannya. Hal ini menunjukkan belum adanya kontrol diri dalam mengatur uang saku secara proporsional. Faktor pribadi ini memperkuat kelemahan konsumsi impulsif tanpa perencanaan jangka panjang.¹³¹

Hal ini apabila dikaitkan dengan faktor demografi dalam ekonomi konvensional juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Berdasarkan komposisi santriwati yang berada pada rentang usia remaja 13–18 tahun, ditemukan bahwa santriwati jenjang MA lebih aktif secara konsumtif dibandingkan dengan jenjang MTs. Menurut prathama komposisi penduduk juga mempengaruhi tingkat konsumsi. Komposisi penduduk suatu negara bisa dilihat dari beberapa klasifikasi seperti usia, pendidikan dan wilayah tinggal.¹³² Santriwati MA memiliki tingkat kemandirian dan kebebasan lebih dalam mengelola uang sakunya, serta lebih terpapar pada tren melalui media sosial dan lingkungan sekolah. Usia yang lebih dewasa ini membuat mereka mampu mengambil keputusan konsumsi dengan lebih otonom, meskipun kadang belum disertai pertimbangan rasional yang matang.

Apabila dilihat dari faktor demografi, Seharusnya, usia yang lebih dewasa disertai dengan pengambilan keputusan yang lebih rasional, termasuk dalam hal konsumsi. Namun, kenyataan menunjukkan bahwa meskipun berada di jenjang MA, tidak semua santriwati mampu memilah mana kebutuhan dan mana keinginan. Di sinilah perlunya pendidikan ekonomi Islam yang tidak hanya menyentuh tataran teoritis, tetapi juga aplikatif seperti dalam melakukan pembiasaan menabung, pengelolaan uang saku, dan penilaian kritis terhadap tren.

Menurut peneliti, dalam teori etika konsumsi Islam jika dikaitkan dengan konsep kekayaan mengajarkan bahwa harta yang dimiliki harus dimanfaatkan dengan cara yang benar dan tidak digunakan untuk sesuatu yang berlebihan atau tidak bermanfaat dalam jangka panjang. Adanya perilaku konsumsi santriwati MA dalam membelanjakan kekayaan yang dimilikinya dan mengonsumsi *fashion* muslim dapat dikategorikan sebagai bentuk penerapan konsep kekayaan dan etika konsumsi dalam Islam. Faktanya, santriwati belum mengalokasikan keuangannya untuk kegiatan selain memenuhi kebutuhan seperti infak dan shodaqoh. Semestinya menjadi seorang muslimah, santriwati harus bisa menyisihkan uangnya untuk infak dan shodaqoh. Kondisi ini tidak sesuai dengan teori Monzer

¹³¹ Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam,” 6.

¹³² Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, 238.

Kahf yang menekankan bahwa harus mengelola harta dunia dan tetap melakukan sedekah.¹³³

Berdasarkan analisis konseptual mengenai pengelolaan kekayaan, peneliti menemukan bahwa santriwati MTs menunjukkan perilaku pengelolaan finansial yang lebih bijaksana, dengan kecenderungan dominan pada aktivitas menabung. Sebaliknya, pola konsumsi santriwati MA menunjukkan karakteristik yang lebih konsumtif dengan terpengaruh terhadap pengaruh tren terkini, mengindikasikan belum optimalnya internalisasi prinsip pengelolaan kekayaan menurut perspektif Monzer Kahf. Maka, dapat diketahui bahwa perilaku konsumsi santriwati Pondok MUS-YQ Putri secara umum menunjukkan belum sepenuhnya sesuai dengan konsep kekayaan dalam Islam. Hal tersebut dikarenakan terdapat variasi dalam keputusan konsumsi. Adanya perbedaan antara jenjang MTs dan MA menjadi sebuah temuan yang memperkuat bahwa nilai konsep kekayaan Islam masih harus ditekankan agar menjadi pondasi dalam membentuk perilaku yang tidak hanya rasional tetapi juga spiritual.

B. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Dalam Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

a. Analisis Kekuatan Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

Kekuatan yang dapat dilihat dari perilaku konsumsi santriwati MUS-YQ Putri yaitu sebagai landasan spiritual yang kuat. Santriwati MUS-YQ Putri memiliki bekal spiritual yang kuat melalui kegiatan belajar agama yang intensif, seperti mengaji Al-Qur'an dan mempelajari kitab-kitab kuning seperti Fiqh, Tauhid, dan Akhlak. Pembelajaran ini tidak hanya menyentuh aspek kognitif, tetapi juga membentuk karakter dan nilai moral santriwati. Dalam lingkungan pesantren, santriwati terus diasah untuk memahami batasan syariah dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konsumsi. Hal ini selaras dengan prinsip rasionalitas Monzer Kahf yang menekankan bahwa konsumsi harus tunduk pada nilai-nilai agama dan memiliki tujuan spiritual. Konsumsi tidak boleh bersifat egoistik dan berorientasi pada pemuasan nafsu semata, melainkan harus bermuara pada kebermanfaatan dan keberkahan.

Berdasarkan hasil wawancara, menurut Ibu Siti Fatimah, salah satu kekuatan utama dalam membentuk kesadaran syariah santriwati di Pondok Pesantren adalah

¹³³ Kahf, *The Islamic Economy Analytical Study Of The Functioning Of The Islamic Economic System*, 24.

adanya pengajaran ilmu agama yang sangat mendalam. Kondisi ini terlihat dari pembelajaran yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif melalui pengkajian berbagai kitab klasik (*kutub at-turats*) yang kaya akan nilai-nilai syariah. Kitab-kitab tersebut diajarkan secara intensif dan terstruktur, mencakup aspek fikih, akhlak, tauhid, dan muamalah yang secara langsung membentuk pola pikir serta orientasi perilaku santriwati.¹³⁴ Adanya dasar keilmuan yang kuat ini, para santriwati memiliki bekal yang memadai untuk memahami konsep halal-haram, serta mampu menimbang keputusan konsumsi mereka berdasarkan nilai-nilai syariah. Inilah yang menjadi fondasi penting dalam menumbuhkan kesadaran berbelanja secara rasional menurut prinsip Islam sebagaimana dijelaskan oleh Monzer Kahf.

Kekuatan spiritual ini menjadi modal penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang Islami, karena konsumsi dipahami bukan sekadar transaksi ekonomi, tetapi juga ibadah. Menurut Kahf, konsumen Muslim ideal adalah mereka yang menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dalam konteks SWOT, nilai-nilai keagamaan yang tertanam menjadi faktor internal yang memperkuat ketahanan santriwati dari pengaruh konsumsi berlebihan. Mereka yang paham nilai agama akan lebih mampu menahan dorongan untuk mengikuti tren atau keinginan yang bersifat materialistik. Hal ini tentu memberi nilai tambah bagi pengelolaan konsumsi di lingkungan pesantren.

Menurut peneliti, pondasi spiritual di Pondok MUS-YQ Putri merupakan kekuatan utama dalam membentuk pola konsumsi rasional yang Islami. Meski demikian, peneliti melihat bahwa nilai ini perlu terus dimonitor dan diperdalam agar tidak hanya menjadi pengetahuan pasif, tetapi juga menjadi kebiasaan aktif dalam setiap pengambilan keputusan konsumsi. Untuk mendukung hal ini, pesantren perlu melibatkan pendekatan kurikuler dan ekstrakurikuler berbasis nilai yang membentuk perilaku konsumsi beretika dan terarah. Pembentukan karakter konsumtif Islami harus menjadi bagian integral dari proses pendidikan santriwati secara holistik.

Kekuatan selanjutnya dapat dilihat dari lingkungan pesantren yang mendorong kesederhanaan. Lingkungan pesantren secara umum dikenal sebagai tempat yang menjunjung tinggi nilai-nilai kesederhanaan dalam hidup, dan hal ini sangat tampak di Pondok MUS-YQ Putri. Peraturan pesantren yang membatasi penggunaan barang-barang mewah dan penampilan mencolok menjadi instrumen penting dalam

¹³⁴ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Siti Fatimah.

membentuk pola konsumsi yang hemat dan terarah. Salah satu contoh yang mencolok adalah larangan penggunaan celana, pashmina, dan pakaian yang berpotensi mengundang perhatian berlebihan. Kebijakan ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga fungsional karena mendidik santriwati untuk fokus pada kebutuhan dasar dan tidak terjebak dalam simbolisme fashion yang berlebihan

Nilai kesederhanaan ini selaras dengan salah satu elemen dari teori rasionalitas Monzer Kahf, yaitu bahwa konsumsi harus dihindarkan dari sifat israf (berlebihan) dan tabzir (pemborosan). Dalam ekonomi Islam, kesederhanaan dianggap sebagai landasan penting dalam menjaga keseimbangan konsumsi agar tetap pada jalurnya. Dalam kerangka SWOT, lingkungan pesantren yang mendorong kesederhanaan merupakan kekuatan internal yang menjadi benteng dari pengaruh eksternal yang mendorong gaya hidup konsumtif. Hal ini sangat penting mengingat santriwati berada pada usia remaja yang rawan terhadap arus tren dan media sosial.

Menurut peneliti Aktivitas dan rutinitas harian yang telah diatur dengan ketat juga membantu mengurangi waktu luang yang dapat digunakan untuk konsumsi tidak terarah. Dengan kesibukan seperti ngaji, sekolah, hafalan, dan kegiatan pondok lainnya, santriwati tidak memiliki banyak kesempatan untuk terpapar pada budaya konsumtif. Kondisi tersebut menciptakan lingkungan yang secara struktural membatasi dorongan konsumsi impulsif. Dalam teori perilaku konsumen, hal ini dikatakan sebagai kontrol lingkungan yang positif. Santriwati pun secara perlahan terbiasa dengan pilihan-pilihan konsumsi yang lebih rasional karena dorongan lingkungan yang mendukung

b. Analisis Kelemahan Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

Santriwati MUS-YQ memiliki kelemahan dalam berperilaku konsumsi fashion muslim. Hal ini dapat disoroti kelemahan dalam perilaku konsumsi santriwati MUS-YQ yaitu santriwati dalam keputusannya oleh teman sebaya. Kondisi ini tidak sesuai dengan teori Monzer Kahf sendiri. Monzer Kahf menyatakan bahwa konsumen Muslim harus mandiri secara moral dan memiliki pertimbangan spiritual dalam setiap tindakannya, termasuk konsumsi. Ketika keputusan membeli dipengaruhi orang lain tanpa analisis rasional dan manfaat, maka konsumen telah kehilangan kendali atas kehendaknya. Perilaku ini bertentangan dengan prinsip *falah*, di mana keberhasilan konsumsi diukur dari kepatuhan pada nilai-nilai moral, bukan sekadar konformitas sosial. Santriwati dalam hal ini belum mengembangkan kesadaran diri yang kuat dalam menentukan pilihan konsumsi.

Kondisi ini juga dipengaruhi oleh kurangnya pembiasaan berpikir kritis dalam lingkungan pondok. Sebagaimana dijelaskan dalam budaya pesantren, santri seharusnya menjadi pribadi yang mandiri, sabar, dan tidak mudah terbawa arus. Namun, dalam kenyataannya, banyak santriwati justru menjadikan penilaian orang lain sebagai standar baik-buruknya suatu barang. Akibatnya, keputusan konsumsi menjadi tidak otonom dan cenderung menuruti selera kolektif yang belum tentu bernilai maslahat. Ini menjadi kelemahan yang serius dalam pembentukan karakter rasional dan bijak dalam konsumsi. Konsep barang dalam Islam menurut Monzer Kahf menegaskan bahwa tidak semua barang yang tampak baik menurut masyarakat layak dikonsumsi menurut syariah. Barang tersebut harus memenuhi syarat etis dan spiritual. Ketika konsumen hanya membeli karena "teman pakai" tanpa mempertimbangkan kehalalan dan manfaatnya, maka konsumen telah abai terhadap konsep *thayyib*.

Menurut hasil observasi dan wawancara menurut Ibu Siti Fatimah mengatakan bahwa santriwati kelas bawah akan menjadikan kakak kelasnya, terutama senior yang dinggap sering berpakaian modis dan keren dimata mereka dan belum bisa menyeimbangkan apakah hal itu baik atau tidak.¹³⁵ Kondisi ini menjadikan santriwati perlu memahami bahwa popularitas sebuah barang tidak selalu sejalan dengan nilai Islam. Menurut peneliti Kelemahan ini menunjukkan bahwa pembentukan *self-awareness* dan *independensi moral* santriwati masih belum matang. Seharusnya mereka dilatih untuk berpikir kritis dan mampu memilah antara tekanan sosial dan kebutuhan pribadi. Pendidikan karakter berbasis akhlak ekonomi perlu diterapkan lebih sistematis di pondok.

Kelemahan selanjutnya yaitu dari pola pikir imitatif terhadap gaya berpakaian senior (kakak kelas). senioritas memiliki pengaruh sosial yang sangat kuat. Santriwati kelas bawah seringkali memandang kakak kelasnya sebagai role model, termasuk dalam hal berpakaian. Berdasarkan teori perilaku konsumsi, hal ini dapat dikategorikan sebagai bentuk *imitative consumption*, di mana preferensi individu dibentuk oleh panutan sosial terdekat. Ketika senior tampil dengan gaya busana muslim yang modis, hal itu dianggap sebagai standar ideal yang harus ditiru. Meski tampak wajar dalam konteks sosial, pola pikir ini mencerminkan keputusan konsumsi yang tidak berbasis pada pertimbangan kebutuhan, melainkan pada pencitraan dan simbolisme status dalam lingkungan pesantren.

¹³⁵ Hasil Hasil Wawancara Pengurus Ibu Siti Fatimah.

Menurut Kotler dalam perilaku konsumsi yaitu pada faktor budaya mencakup nilai, norma, dan sistem sosial yang berkembang dalam lingkungan pondok pesantren. Ketika santriwati menjadikan gaya berpakaian senior sebagai acuan, hal ini menunjukkan adanya *sub budaya* internal yang terbentuk di antara kelompok usia atas di pesantren. Kelas sosial dalam pesantren pun terbentuk secara informal berdasarkan senioritas dan gaya penampilan. Perilaku ini mendorong santriwati untuk mengikuti budaya konsumsi fashion tertentu yang tidak selalu sesuai dengan prinsip kesederhanaan Islam. Maka, faktor budaya dalam hal ini memperkuat kelemahan perilaku konsumsi yang tidak sepenuhnya rasional dan Islami.¹³⁶

Menurut perspektif konsumsi Islam, perilaku imitasi tanpa dasar maslahat dapat memunculkan sifat *riya* (pamer) dan *takabbur* (kesombongan), terutama jika dilakukan hanya demi terlihat seperti figur yang lebih dihormati. Monzer Kahf menekankan bahwa konsumsi harus mencerminkan niat yang lurus dan bukan sekadar dorongan sosial. Ketika santriwati membayangkan dirinya akan berpakaian modis seperti kakak kelasnya di masa depan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan nilai kebermanfaatan, maka proses rasionalitas konsumsi telah terganggu. Orientasi waktu yang diajarkan Kahf, yaitu pertimbangan masa depan dengan konsekuensi ukhrawi, telah bergeser menjadi orientasi simbolik status semata.

Menurut peneliti pola imitasi terhadap gaya konsumsi senior ini merupakan kelemahan struktural yang bersifat laten. Seharusnya, pondok mengembangkan kurikulum keteladanan dalam hal moral, keilmuan, dan kesederhanaan, bukan dalam aspek material atau gaya hidup. Edukasi tentang rasionalitas konsumsi dan pembentukan identitas diri perlu lebih ditegaskan kepada santriwati sejak dini agar tidak terjebak dalam konsumsi simbolik yang jauh dari prinsip kebermanfaatan dan keikhlasan.

c. Analisis Peluang Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ

Peluang yang dapat dilihat dari perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati adalah semakin tumbuhnya kesadaran akan kewajiban berpakaian secara syar'i namun tetap menarik dikalangan remaja. Para santriwati menunjukkan kecenderungan dengan mengonsumsi pakaian yang menutup aurat dengan model yang tetap mengikuti perkembangan zaman. Seperti ketaatan terhadap ajaran Agama Islam. Santriwati tidak hanya mempertimbangkan nilai estetika dalam *berfashion*, tetapi juga menjadikan syariat sebagai acuan utamanya. Dapat dilihat dari hasil penelitian, bahwa santriwati sudah melek akan *fashion* muslim yang sedang tren saat ini, dengan

¹³⁶ Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," 6.

begitu mereka juga harus dapat membatasi diri dan lebih sadar akan wajibnya berbusana muslimah.

Menurut peneliti, adapun kesadaran ini memperkuat konsep bahwa perilaku konsumsi seorang muslimah seharusnya memiliki orientasi terhadap akhirat. Adanya pilihan terhadap *fashion* muslim yang modis menjadi peluang positif dalam mengembangkan gaya hidup Islami yang kontekstual dan relevan bagi para remaja terutama remaja pesantren. Hal ini selaras dengan teori keberhasilan. Menurut teori rasionalitas konsumsi Monzer Kahf, hal ini menunjukkan bahwa adanya motif konsumsi yang tidak semata-mata bersifat duniawi, melainkan dilandasi nilai-nilai ukhrawi. Kondisi tersebut dijelaskan oleh Ibu Zahro yang mengatakan bahwa adanya kesadaran ini membuat para santriwati sadar dengan adanya tren saat ini dan dapat merubah mereka sebagai muslimah panutan.¹³⁷ Peluang ini menunjukkan bahwa sudah sesuai dengan teori keberhasilan Monzer Kahf.

Peluang kedua, dapat dilihat dari kreativitas santriwati terutama pada santriwati yang bersekolah jurusan tata busana. Banyak dari mereka yang mempelajari ilmu mengenai busana yang syar'i. Santriwati yang berada di jurusan tata busana ini memiliki kreativitas dalam melakukan modifikasi pakaian agar tetap menarik namun tetap sesuai dengan aturan pondok pesantren. Dalam belajarnya, mereka selalu membutuhkan dana yang tidak sedikit untuk membeli keperluan jahit, namun disamping itu kegiatan mereka ini menunjukkan perilaku yang konsumtif namun efisien dan produktif. Adanya praktik tersebut sekaligus memperkuat karakter santriwati sebagai konsumen yang hemat, kreatif dan religius. Aspek-aspek tersebut sejalan dengan prinsip rasionalitas konsumsi dalam Islam.

Menurut peneliti, adanya kreativitas santriwati tersebut dapat menjadi sebuah peluang bagi santriwati. Mereka dapat menghasilkan barang yang bermanfaat dengan ilmu yang dimilikinya. Hal ini sesuai dengan prinsip barang Monzer Kahf yaitu barang tabiyat, atau barang yang baik, bersih, murni dan bermanfaat. Barang yang dimaksud tidak hanya memiliki nilai ekonomis saja tetapi juga memiliki nilai etika dan spiritual.¹³⁸ Peluang yang dapat dilihat yaitu, dengan konsumsi santriwati terhadap *fashion* muslim saat ini, dapat melihat, menciptakan *fashion* muslim yang baik dan menjadikan mereka menjadi seorang designer yang dapat menerapkan aspek-aspek Islami dalam karyanya.

¹³⁷ Hasil Wawancara Pengurus Zahro Ahmad

¹³⁸ Kahf, *The Islamic Economy Analytical Study Of The Functioning Of The Islamic Economic System*, 26.

Peluang selanjutnya dengan adanya perubahan zaman tentang *fashion* dikalangan santri merubah paradigma tentang *fashion* santri menjadi lebih baik. Jika dahulu *fashion* dianggap suatu hal yang tidak diperlukan dikalangan santri, saat ini pemahaman tersebut mulai bergeser. Adanya ilmu agama yang diberikan oleh para ustad maupun ustadzah dapat mereka gunakan untuk melihat bagaimana perkembangan *fashion* muslim yang benar saat ini. *Fashion* dilihat sebagai sarana untuk menunjukkan identitas diri sebagai muslimah yang berakhlak. Perubahan ini mendorong santriwati untuk mengelola penampilan mereka dengan tanggung jawab, tidak berlebihan dan tetap sesuai syariat. *Fashion* muslim telah menjadi jembatan antara nilai kegamaan dengan cara muslimah berekspresi yang baik.

Menurut peneliti, adanya kemajuan zaman dan ilmu yang mereka dapatkan didalam pondok pesantren mendorong mereka untuk bisa mengamalkan dan menyebarkan kebaikan. Mereka nantinya dapat menjadi seorang pendakwah yang dapat memberikan ilmu yang berkaitan tentang etika berpakaian yang sesuai dengan ajaran Islam. Karena dalam Islam terutama bagi para muslimah memiliki aturan tersendiri dalam berpakaian. Seperti yang dijelaskan dalam kriteria *fashion* menurut Islam yaitu tidak digunakan sebagai hiasan semata, tidak berbahan yang tipis dan mnerawang serta tetap menutup aurat.¹³⁹ Maka, peluang bagi para santriwati sebagai kader muslimah berpendidikan menjadi sangat besar. Rasionalitas konsumsi pun akan semakin menyebar dan akan digunakan disetiap keputusan yang akan diambil. Hal ini selaras dengan berdasarkan hasil wawancara pengurus Ibu Siti Fatimah mengenai adanya anak SMK yang memiliki ilmu terkait busana dapat memberikan ilmunya dilingkungan sekitarnya.

Menurut peneliti berdasarkan hasil analisis penelitian ini, terdapat empat peluang yang signifikan dalam perilaku konsumsi *fashion* muslim di kalangan santriwati Pondok MUS-YQ Putri, yang mencerminkan peningkatan kesadaran akan kewajiban berpakaian sesuai syariat namun tetap menarik. Senada dengan pemikiran Monzer Kahf tentang rasionalitas konsumsi, santriwati menunjukkan bahwa motif konsumsi mereka tidak hanya bersifat duniawi, melainkan juga didasari nilai-nilai ukhrawi dan ketaatan terhadap ajaran Agama Islam. Lingkungan pesantren memang sudah seharusnya menjadi peran utama dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih Islami dengan memberikan ajaran jelas mengenai adab berpakaian, menciptakan suasana yang mendukung dan mempermudah pengambilan keputusan konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai syariat. Oleh karena itu, pemahaman

¹³⁹ Kariyanto, "Peran Pondok Pesantren Dalam Masyarakat Modern."

mendalam tentang ilmu agama dan umum memberi peluang santriwati menjadi muslimah yang menyebarkan etika berpakaian sesuai ajaran Islam.

d. Analisis Tantangan Dalam Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Santriwati Pondok MUS-YQ Putri

Tantangan dalam pondok pesantren MUS-YQ Putri bukan hanya dirasakan oleh para santri, tetapi pihak pondok pesantren juga memiliki tantangan dalam hal konsumsi *fashion* muslim santriwati. Adapun tantangan yang pertama yang dialami oleh santriwati tidak lain adalah tren *fashion* global yang kerap bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Meskipun banyak dari mereka yang memiliki kesadaran religius, godaan untuk mengikuti tren saat ini tetap menjadi hambatan yang signifikan. Hal tersebut seperti yang dikatakan oleh Suci Santriwati MA yang mengatakan bahwa sebagai anak muda santriwati disini sering khilaf dan masih bingung apa itu barang kebutuhan sebenarnya atau hanya sebuah keinginan semata. Apabila ada dapat dipikir dua kali mereka sering juga melakukan konsumsi karena mengikuti tren yang ada.¹⁴⁰

Menurut peneliti, Kondisi ini terjadi karena media sosial menampilkan standar kecantikan dan gaya yang belum tentu sesuai dengan norma pesantren. Santriwati sering kali merasa dilema antara ingin tampil modis dan tetap menjaga syariat. Tekanan dari lingkungan luar seperti teman sebaya atau figur publik juga menjadikan konsumtif dalam mengonsumsi *fashion* muslim. Tantangan ini bertentangan dengan keberhasilan Monzer Kahf yang menekankan seimbangannya aspek moral dan spiritual. Seharusnya sebagai santriwati harus memiliki keteguhan hati dan pemahaman mendalam akan prinsip berpakaian secara Islami dan berfikir rasional saat hendak mengonsumsi. Oleh karena itu, diperlukan bimbingan dan pengawasan yang lebih dalam hal ini. Tanpa adanya bimbingan yang kuat, santriwati berpotensi terjebak dalam konsumsi yang tidak rasional menurut Islam.

Tantangan selanjutnya yaitu kurangnya edukasi ekonomi di lingkungan pesantren terkait manajemen keuangan pribadi. Berdasarkan hasil penelitian masih banyak santriwati yang belum memahami terkait konsumsi yang rasional Islam dan bagaimana mengelola uang secara efektif. Hal ini berdampak pada perilaku konsumtif yang cenderung tidak terencana. Contohnya ketika santriwati terkadang membeli barang karena ikut-ikutan dan membeli tidak sesuai dengan kebutuhan.

¹⁴⁰ Hasil Wawancara Santriwati MA Suci Rohmah Auliya "

Kurangnya pemahaman tentang kedua hal tersebut membuat para santriwati rentang terhadap sifat konsumtif dan boros.

Menurut peneliti, kondisi tersebut sangat bertentangan dengan prinsip rasionalitas konsumsi Islam yang menekankan urgensi dalam mengonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan. Tantangan ini menunjukkan perlunya pendidikan perencanaan dan ekonomi Islam sebagai tambahan dalam pembelajaran pesantren. Atau dengan cara mengadakan sosialisasi terkait kedua fokus tersebut. Dengan begitu santriwati dapat menjadi muslimah yang cerdas dan lebih bertanggung jawab.

Tantangan berikutnya berasal dari tekanan ekonomi dari keluarga yang membatasi konsumsi dan uang saku santriwati. Banyak dari mereka yang memang berasal dari ekonomi yang tinggi, namun ada pula santriwati yang berasal dari ekonomi yang sederhana sehingga alokasi dana untuk membeli *fashion* muslim sangat terbatas. Kondisi ini membuat para santri tersebut merasa minder dan ingin seperti temannya. Akhirnya para santriwati tersebut membelanjakan dana yang dimiliki untuk membeli *fashion* tanpa memikirkan kualitas. Hal tersebut menyebabkan santri dapat terjerumus dalam sikap konsumtif.

Sebagai contoh, Naila santriwati MA yang mengatakan bahwa ia lebih sering membeli yang berharga murah karena menyesuaikan budget. Biasanya barang yang sedang viral atau tren memiliki versi murah dengan kualitas yang berbeda. Baginya, membeli barang seperti itu bukanlah hal yang berpengaruh karena hanya digunakan beberapa kali saja.¹⁴¹ Adanya kondisi ini membuat santriwati yang sama akan selalu berfikir seperti itu dan nantinya akan berpengaruh kepada santri yang lain. Dengan begitu sikap konsumtif nantinya dapat tersebar luaskan melewati pengaruh teman dan lingkungan.

Menurut peneliti, tantangan ini menjadi sebuah tantangan yang patut diperhatikan oleh pihak pondok. Dalam hal ini, nilai-nilai seperti qanaah dan syukur menjadi kurang diterapkan di lingkungan pesantren yang seharusnya nilai-nilai ini sudah semestinya diterapkan. Hal ini juga bertentangan dengan aspek kekayaan dan teori etika konsumsi Monzer Kahf yang menekankan dalam mengalokasikan kekayaan yang dititipkan oleh Allah SWT tidak boleh berlebihan, harus selalu mengingat masyarakat sekitar dan senantiasa mengingat Allah dengan bersedekah. Namun, dalam membangun kesadaran akan nilai tersebut tidaklah mudah. Sebaiknya santriwati perlu diarahkan agar mereka dapat lebih bijak

¹⁴¹ Hasil Wawancara Santriwati MA Naila Hanifa

mengelola uang sakunya dan lebih bijak dalam melihat *fashion* muslim sebagai alat ekspresi, bukan sebagai status sosial.

Tantangan selanjutnya datang dari pihak pondok pesantren yaitu kurangnya peraturan yang lebih menjerumus terkait penggunaan *fashion* muslim pada santri. Menurut pengkuan Ibu Zahro Ahmad yang mengatakan bahwa Pondok MUS-YQ ini belum memiliki pakaian seragam yang wajib digunakan untuk setiap harinya. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang membuat para santriwati dapat dengan bebas mengonsumsi dan menggunakan *fashion* muslimah di dalam pondok pesantren.¹⁴² Pondok pesantren saat ini sudah memiliki seragam sebanyak 2 jenis. Pondok pesantren juga saat ini sedang menerapkan perlahan penggunaan seragam tersebut di kegiatan santri, namun untuk setiap harinya belum dilaksanakan. Dari hal tersebut pondok pesantren telah mengatasi sementara dengan memberikan peraturan membawa pakaian hanya 6 pasang saja untuk digunakan didalam pondok dengan tujuan membatasi santriwati untuk ber*fashion* dan bersikap lebih hemat dan sederhana.

Dalam pengawasannya pondok pesantren juga merasa belum sempurna dalam melakukan pengawasannya terkait hal *fashion*, sehingga para santriwati dengan mudah melanggar peraturan. Peraturan tersebut menjadi tidak begitu terealisasi karena banyak santriwati yang membawa baju lebih dari 6 pasang tanpa diketahui oleh pihak pondok. Pelanggaran tersebut dilakukan para santri sehingga mereka tidak tau bagaimana menaruh pakaian yang mereka bawa. Akibatnya banyak sekali pakaian yang tidak terurus dan para santriwati mengatakan bahwa pakaian mereka telah hilang. Dengan begitu santriwati tersebut akan membeli pakaian yang baru secara terus menerus ketika bajunya merasa hilang. Hal ini dapat menyebabkan sifat konsumtif dan boros pada diri santriwati.

Menurut peneliti, dalam observasinya, santriwati memiliki banyak pakaian yang digunakan di dalam pondok. Mereka juga mengatakan bahwa pakaian mereka sering hilang dan menyebabkan mereka sering membeli yang baru. Kondisi ini merupakan kondisi yang kurang rasional karena dalam faktanya, pakaian mereka bukanlah hilang melainkan mereka yang lalai dalam menjaga barang pribadinya dan menciptakan sifat boros. Hal ini bertentangan dengan teori etika konsumsi Monzer Kahf yang menekankan agar bijak dalam menjaga harta yang dimiliki karena penggunaan harta yang baik dan sesuai dengan syariat dianggap sebagai bentuk ketaatan kepada Allah. Konsumsi yang membawa manfaat moral, spiritual,

¹⁴² Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

dan sosial dihargai lebih tinggi dibandingkan konsumsi yang hanya memenuhi kesenangan duniawi. Oleh karena itu sebagai santriwati sudah seharusnya dapat lebih menjaga hartanya agar tidak hilang dan menghidari sifat boros.

Tantangan berikutnya masih terkait peraturan *berfashion* di dalam pondok. Pondok Pesantren MUS-YQ Putri telah menetapkan aturan dalam membawa pakaian yaitu cukup 6 pasang, namun para santriwati terutama santriwati MA memiliki pakaian yang lebih dari aturan tersebut dan sering menempatkannya disembarang tempat yang mengakibatkan banyak pakaian yang tidak terurus dan mengatakan hilang. Hal tersebut yang menyebabkan para santriwati menjadi lebih konsumtif dalam berpakaian. Dengan adanya masalah tersebut pondok pesantren telah memberikan solusi yaitu dengan melakukan kegiatan lelang pakaian. Kegiatan tersebut mengumpulkan dan meloundry pakaian yang tidak bertujuan untuk nantinya dilakukan kegiatan perlelangan pakaian. Pakaian tidak bertujuan yang sudah bersih dijual kembali kepada para santri pondok pesantren MUS-YQ.

Apabila terdapat santriwati yang menemukan pakaiannya di perlelangan, maka diperbolehkan mengambilnya dengan syarat membayar sebesar Rp10.000,00 per item. Uang hasil penjualan tersebut nantinya masuk kedalam kas pondok dan digunakan untuk melakukan loudry untuk kegiatan lelang selanjutnya. Walaupun telah diadakannya kegiatan tersebut untuk meminimalisir konsumsi pakaian santri, akan tetapi masih terdapat para santri yang tidak mau mengakui bahwa pakaian tersebut adalah miliknya yang mengakibatkan terjadinya konsumsi *fashion* yang berulang-ulang dan menimbulkan sikap yang cenderung konsumtif.

Menurut peneliti apa yang dilakukan oleh pihak pondok merupakan hal yang benar dan patut dilakukan. Solusi yang dilakukan oleh pihak pondok dengan melakukan lelang pakaian tak bertujuan menjadi sebuah solusi yang membantu meminimalisir perilaku konsumtif pada santriwati. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya kegiatan tersebut, para santriwati yang melihat pakaiannya terjual kembali dalam keadaan bersih mereka bisa mengambilnya kembali dan menggunakannya lagi dalam keadaan bersih. Jadi, para santriwati tidak perlu melakukan pembelian pakaian baru dan bisa menggunakan pakaian lamanya kembali. Dengan begitu santriwati dapat lebih mengimplementasikan teori konsep kekayaan yang mana mereka tidak boros dalam pembelian pakaian. Meskipun faktanya masih banyak santri yang berperilaku konsumtif, tetapi pihak pondok sudah melakukan yang terbaik dalam pencegahan perilaku konsumtif pada santriwati MUS-YQ Putri.

Tantangan selanjutnya yaitu dari kegiatan santriwati diluar pondok pesantren yang mengakibatkan santriwati dengan mudah mengakses sosial media diluar pondok pesantren. Kondisi tersebut dikarenakan para santriwati merupakan siswi madrasah yang lingkup sekolahnya diluar lingkup pondok. Para santriwati setiap harinya keluar dari lingkungan pondok untuk bersekolah. Untuk membawa handphone pribadi menjadi sangatlah mudah bagi para santriwati terutama santriwati MA. Menurut pernyataan Ibu Zahro Ahmad yang mengatakan bahwa santriwati MA cenderung lebih konsumtif karena mereka dapat mengoperasikan handphone pribadinya diluar pondok pesantren. Walaupun sudah terdapat peraturan larangan membawa Handphone pribadi tetapi santriwati tetap dapat membawanya dan mengakibatkan mereka dengan mudah melakukan konsumsi *fashion* muslim online.¹⁴³

Menurut peneliti, kondisi tersebut merupakan tantangan yang cukup sering dilakukan dipondok pesantren yang memiliki akses sekolah diluar lingkup pondok.. Seharusnya dengan adanya kelonggaran dari pihak pondok pesantren yang hanya melarang membawa handphone di dalam lingkup pesantren, santriwati harus bisa memanfaatkan handphone pribadinya dengan bijak seperti untuk menghubungi orang tua dan mengerjakan tugas. Santriwati harus bisa menerapkan aspek keberhasilan Monzer Kahf yaitu dengan menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan semata. Oleh karena itu, perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap peraturan ini agar dapat meminimalisir jumlah konsumsi santriwati melalui pembelian online.

Tantangan yang terakhir berasal dari sikap para santriwati MUS-YQ itu sendiri yang cukup sulit diatur terutama pada santriwati MA. Santriwati MA merupakan santriwati yang sedang beranjak usia dewasa dan ingin mengeksplor lebih dunianya. Semakin dewasa umur santri membuat mereka merasa bahwa adanya peraturan dan hukuman pondok menjadi sepele. Mereka selalu merasa bahwa dirinya akan bisa menghadapi hukuman yang akan diberikan pondok pesantren ketika mereka melanggarnya. Terlebih pada peraturan dalam berpakaian.

Menurut peneliti, adanya sikap santriwati yang sulit diatur itu merupakan tantangan yang umum didapatkan dalam pondok pesantren. Adanya budaya pesantren yang mengajarkan kesopanan dan ketawadhu' an belum sepenuhnya terealisasi pada kondisi ini. Ketaatan seorang santri juga dilihat dari bagaimana santri berperilaku, karena dimata orang lain, santriwati merupakan cerminan wanita

¹⁴³ Hasil Wawancara Pengurus Ibu Zahro Ahmad.

sholihah yang berakhlak yang baik.¹⁴⁴ Santriwati seharusnya menaati peraturan yang diberikan oleh Maka tantangan inilah menjadi salah satu tantangan yang sangat diperhatikan oleh pihak pondok saat ini. Meskipun selama ini masalah santriwati tetap dapat teratasi.

Berdasarkan hasil analisis, Menurut peneliti tantangan dalam perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati di Pondok MUS-YQ Putri melibatkan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Salah satu tantangan utama adalah pengaruh tren *fashion* global yang sering bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Meskipun santriwati memiliki kesadaran religius, godaan untuk mengikuti tren dapat menghambat perilaku konsumsi yang sesuai syariat. Tanpa bimbingan yang ketat, santriwati berisiko terjebak dalam pola konsumsi yang tidak rasional. Selain itu, kurangnya edukasi ekonomi mengenai manajemen keuangan pribadi di lingkungan pesantren menyebabkan santriwati cenderung melakukan pembelian yang tidak terencana, sering kali hanya berdasarkan ikut-ikutan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.

Kurangnya peraturan ketat mengenai penggunaan *fashion* muslim di pondok memberikan kebebasan yang berpotensi menyebabkan sifat konsumtif dan boros. Oleh karena itu, pihak pondok perlu mengadopsi pendekatan yang lebih adaptif dan edukatif untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya prinsip *berFashion* muslim yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan pemahaman yang mendalam tentang tantangan ini, diharapkan pihak pondok dapat merumuskan strategi yang efektif untuk mendidik dan membimbing santriwati menuju perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

¹⁴⁴ Fitriyah, Wahid, And Muali, "Eksistensi Pesantren Dalam Pembentukan Kepribadian Santri."

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian tentang perilaku konsumsi *Fashion* muslim santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri perspektif rasionalitas Monzer Kahf dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri dalam perspektif rasionalitas Monzer Kahf dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumsi *fashion* muslim dikalangan santriwati pondok MUS-YQ menunjukkan kecenderungan yang sesuai dengan prinsip rasionalitas Monzer Kahf namun belum sepenuhnya mencerminkan aspek-aspek rasionalitas Monzer Kahf. Faktor-faktor yang melatarbelakangi terdiri dari faktor estetika, media sosial dan tren, latar belakang ekonomi, nilai keyakinan dan pendidikan. Perilaku konsumsi santriwati tidak semata-mata didorong oleh motif materialistik, tetapi mempertimbangkan nilai-nilai moral dan spiritual. Santriwati cenderung memilih *fashion* muslim yang sesuai standar Agama Islam. Dalam konsumsinya santriwati telah menunjukkan kesadaran akan konsep kekayaan, skala waktu dan keberhasilan, namun belum sempurna dalam implementasinya.
2. Peluang dan tantangan terdapat berbagai peluang dan tantangan dalam perilaku konsumsi *fashion* muslim santriwati MUS-YQ Putri. Peluang utama terlihat dari meningkatnya kesadaran akan identitas keIslaman yang mendorong preferensi terhadap produk *Fashion* muslim dan berkembangnya tren *fashion* muslim yang memberikan pilihan lebih luas untuk santriwati melakukan hal yang lebih positif. Selain itu terdapat tantangan yang dihadapi yaitu adanya pengaruh media sosial , lingkungan luar pondok pesantren yang dapat mendorong hidup konsumtif para santriwati dan sikap masing-masing dari santriwati itu sendiri yang sulit untuk diatur. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pendidikan Islam terkait ekonomi agar santriwati mampu menyeimbangkan anatar kebutuhan, religius dan tanggung jawab dalam aktivitasnya.

B. Saran

Dalam penelitian ini menyadari bahwa terdapat keterbatasan cakupan dan pembahasan, sehingga beberapa aspek relevan mungkin belum sepenuhnya terungkap. Oleh karena itu, diantara saran-saran yang memungkinkan dilakukan pada penelitian mendatang adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan santriwati Pondok MUS-YQ Putri dapat terus mempertahankan Pola konsumsi yang mencerminkan nilai-nilai Islami seperti kesederhanaan, tanggung jawab dan kepatuhan serta dapat mengamalkan prinsip rasionalitas konsumsi Islami. Pihak pondok diharapkan pula dapat memperkuat pembinaan dan bimbingan terkait etika konsumsi Islami yang sesuai dengan kebutuhan santriwati.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah partisipan dan ruang lingkup lokasi yang hanya terbatas pada suatu pondok pesantren. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjtnya disarankan untuk meperluas objek kajian ke ruang yang lebih luas atau ke pondok pesantren lain dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang lebih beragam untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait perilaku konsmsi *fashion* muslim dikalangan remaja

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mustamil Khoiron, Adhi Kusumastuti. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by SS. Fitratun Anisya, SE. & Sukarno, S.IP. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.
- Anggraini, Andi Rizka. “Perbedaan Perilaku Konsumsi Dalam Teori Ekonomi Konvensional Dengan Teori Ekonomi Islam.” *Academia.Edu* (2016): 1–17.
- Anggraini, M, H Nusrida, and N Kamarni. “Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol).” *Jurnal Ekonomika dan ...* 5, no. 3 (2022): 52–64.
- Antara. *Kemenag Sebut Pesantren Bertambah 11 Ribu Sejak UU Pesantren Disahkan*. Jakarta, 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4294515/kemenag-sebut-pesantren-bertambah-11-ribu-sejak-uu-pesantren-disahkan>.
- Aviva, Yunisva, M E Sy, M Noor Sayuti, M Ba, and Ahmad Rizali. *Rasionalisme Konsumsi: Perspektif Monzer Kahf* Grandia Publisher. Edited by Akbar Wahyu. Bekasi: Grandia Publisher, 2023.
- Aysa, Imma Rokhmatul. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital.” *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2020): 121–138.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Definisi Konsumsi.” *KBBI V Daring*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumsi>.
- Banu Prasetyo, and Umi Trisyanti Trisyanti. “Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial.” *IPTEK Journal of Proceedings Series* 0, no. 5 (2018): 22–27.
- BPS. “Banyaknya Pondok Pesantren, Kyai Ustadz, Dan Santri Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah.” *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah*. Last modified 2023. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ4IzI=/banyaknya-pondok-pesantren--kyai-ustadz--dan-santri-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html>.
- BPS RI. *Badan Pusat Statistik-Jumlah Penduduk Usia 15 Tahun Keatas Menurut Golongan Umur, 2024*. Jakarta, 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzE1IzI=/jumlah-penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur.html>.
- Chamid, Nur. *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Chandra, Kurniawan. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa.” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 13, no. Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017 (2017): 1–12.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam*. 1st ed. Jakarta: Prenadamedia Group,

2012.

- Corinna, Arlinda Nidia, Departemen Ekonomi, and Syariah-fakultas Ekonomi. "Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millennial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf: Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga" 6, no. 2 (2019): 319–330.
- Dewiyani, Egidya Safitri. "Biografi Monzer Khaf." *SCRIBD*. Last modified 2023. <https://id.scribd.com/document/639747026/BIOGRAFI-MONZER>.
- Faizah, Fita Nurotul, Ani Nur Khabibah, and Siti Afidah. "Panic Buying In The Era of Covid-19 Pandemic: Consumer Behavior Perspective of Monzer Khaf." *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2022): 23–40.
- Faizah, Ismaul. "Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus Pada BTM Surya Amanah Jombang) Pendahuluan Perilaku Konsumsi Masyarakat Pada Saat Ini Sudah Tidak Berdasarkan Pada Syariah Islam , Sikap Konsumsi Seorang Muslim Pada Saat Ini Yang Ti." *JIES:Journal of Islamic Economics Studies* 1, no. 2 (2020): 70–82.
- Fajar, Ikhlasa Akmal, Syauqi Darmawan, Heru Aji Santoso, Hendri Hermawan Adinugraha, and Muhammad Aris Syafii. "Pemahaman Kesederhanaan Dalam Lingkup Pesantren." *Media Abdimas* 2, no. 1 (2023): 35–39.
- Fitriyah, Wiwin, Abd Hamid Wahid, and Chusnul Muali. "Eksistensi Pesantren Dalam Pembentukan Kepribadian Santri." *Palapa* 6, no. 2 (2018): 155–173.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Edited by Suryani. Pertama. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>.
- Handayani, Desma, and Muhammad Taufiq. "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Uin Bukittinggi Dalam Dunia Digital Ditinjau Dari Teori Konsumsi Islam." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2022): 119–130.
- Handayani, Ririn. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung, 2020.
- Hendariningrum, Retno, and M. Edy Susilo. "Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2008): 25–32.
- Hidayat, Rahmat. *Ilmu Pendidikan Islam Menuntun Arah Pendidikan Islam Di Indonesia*. Edited by Candra Wijaya. *Sustainability (Switzerland)*. 1st ed. Vol. 11. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI), 2019. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Ibnu Majah. "Hadist Sunnah Ibnu Majah- No. 419 - Kitab Thaharah Dan Sunah-Sunahnya." *Muslim.Pizza*. https://www.hadits.id/hadits/majah/419?utm_source=chatgpt.com.

- Irham, Mawaddah, Nurramadhani Harahap, Rahima Kumala, Azhari Akmal Tarigan, and Muhammad Yafiz. "Perbandingan Teori Konsumsi Irving Fisher, M.a Mannan Dan Kahf." *Edunomika* 06, no. 02 (2022): 1–15.
- Jauhari, Siti Sarah. *Produk Fashion Jadi Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di Online Shop*, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>.
- Kahf, Monzer. *Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology. Review of Islamic Economics*, 2003.
- . "Islamic Economics." *Handbook of Spirituality and Business* (2011): 138–146.
- KAHF, MONZER. "THE DEMAND SIDE OR CONSUMER BEHAVIOR Islamic Perspective by MONZER KAHF." *IEF pedia* (2011). https://www.monzer.kahf.com/papers/english/demand_side_or_consumer_behavior.pdf.
- Kariyanto, Hendi. "Peran Pondok Pesantren Dalam Masyarakat Modern." *Jurnal Pendidikan "Edukasia Multikultura"* 2, no. 2 (2020): 22–23.
- Kemenag. "Al-Qur'an Surah Al-A'raf." *Quran Kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/7?from=31&to=206>.
- . "Al-Qur'an Surat An-Nur." *Quran Kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/24?from=31&to=64>.
- . "Al-Quran Kementrian Agama." *Quran Kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/7?from=31&to=206>.
- Khaf, Dr. Monzer. *The Islamic Economy Analitical Study Of The Runctioning Of The Islamic Economic System. The Dao of Muhammad*. Canada, 2017.
- Komariah. "LPJ KHIDMAH KOMARIAH," n.d.
- Kompasiana. *Fenomena Hijab: Antara Kewajiban Keagamaan Dan Tren Fashion*, 2023. <https://www.kompasiana.com/intanselviana3847/645cab3908a8b5709f6112c2/fenomena-hijab-antara-kewajiban-keagamaan-dan-trend-fashion>.
- Magh Firoh, Amin Ulfah. "KONSUMSI JILBAB DIKALANGAN MAHASISWI FEBI IAIN PONOROGO (Studi Analisis Perilaku Konsumsi)." *Skripsi* 75, no. 17 (2021): 399–405.
- Maghfi, Putri. "Analisis Pola Konsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Penghuni Kos Putri Ponorogo)." *Lisyabab : Jurnal Studi Islam dan Sosial* 2, no. 2 (2021): 185–198.
- Manurung, Prathama Rahardja & Mandala. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Edited by Rosidah. 4th ed. Jakarta Selatan, 2019.
- McKinsey & Company. *The State of Fashion 2024 : Finding Pockets of Growth as Uncertainty Reigns*, 2023. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion->

2024#/.

- Muharromah, G L, L Rahmawati, and A Lutfiyah. "Perilaku Konsumsi Santri Milenial Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Iqtisaduna* 7 (2021): 153–162.
- Muheramtohad, Singgih, and Zuhdan Ady Fataron. "The Islamic Lifestyle of the Muslim Middle Economy Class and the Opportunities for the Halal Tourism Industry in Indonesia." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 4, no. 1 (2022): 91–104.
- Mulyadi, Mohammad. "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 16, no. 1 (2013): 71.
- Muslim. "Hadist Sunnah Riwayat Muslim 2128." *Sunnah.Com*. <https://sunnah.com/muslim:2128>.
- Nabila, Kintan. *Hypereport: Geliat Industri Fashion Indonesia Dan Posisinya Di Kancah Global*, 2024. <https://hypeabis.id/read/42402/hypereport-geliat-industri-fashion-indonesia-dan-posisinya-di-kancah-global>.
- Ningsih, D E A. "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam Fashion Involvement Perspektif Monzer Kahf." *Skripsi*, 2023.
- Nisak, Khoirotun. "Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jamiah IAIN Ponorogo Dalam Perspektif Islam." *Skripsi* (2023).
- Nurudin. "The Influence of Islamic Branding and Online Cunsomer Review on Purchase Decisions for Rabbani Hijab Products." *Ilmiah Bisnis Jurnal* 3, no. 1 (2023): 19–31.
- Permana, Yuliana. "Adab-Adab Berpakaian Bagi Muslim Dan Muslimah." *Muslim.or.Id*. Last modified 2019. <https://muslim.or.id/47057-adab-adab-berpakaian-bagi-muslim-dan-muslimah.html>.
- Ranaswijaya, Ranaswijaya, and Soleha Soleha. "Analysis of Monzer Kahf's Thoughts on the Phenomenon of Consumption in Modern Society." *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics* 8, no. 1 (May 26, 2023): 119.
- Redaktur Suara Rantau. *Tren Fesyen 2024, Produk Pakaian Kasual Dan Muslim Paling Banyak Diminati*, 2024. <https://www.suararantau.com/tren-fesyen-2024-produk-pakaian-kasual-dan-muslim-paling-banyak-diminati/>.
- Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)Tim UB Press, 2012. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book-epub>.
- Rivai Zainal, Veithzal, and All Et. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Salam Gateway. *SGEI Report 2023/24: Modest Fashion Stand Tall Amid Mainstream Brands*, 2024. <https://salaamgateway.com/story/sgie-report-202324-modest-fashion-stands-tall-amid-mainstream-brands>.
- Septiana, Aldila. "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam." *Dinar* 2, no. Januari (2015): 18.

- SGIER. *State of the Global Islamic Economy Report*. DinarStandard, 2023. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>.
- Sriwahyuni, Eka. "Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf" 19, no. 5 (2016): 1–23.
- Sutrisno, Jaharudin dan Bambang. *Pengantar Ekonomi Islam*. Edited by Muhammad Masykur. Edisi Digi. Jakarta Selatan: Salemba Diniyah, 2019. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>.
- Sya'nana, Aslikh. "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Santri Pesantren Pelajar Al-Fath Kediri Perspektif Rasionalisme Islam Monzer Ka." *Theses IAIN Kediri* 2, no. 2 (2016): 1–23.
- Syahputri, Arnadila Dwi, Isnaini Harahap, and Muhammad Ikhsan Harahap. "Analisa Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Khaf (Studi Kasus Mahasiswi Se-Kota Medan)." *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (n.d.): 2023.
- Syaparuddin, Dr. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, 2021.
- Tafsir Ibnu Katsir. "Tafsir Ibnu Katsir." *Ibnukatsironline*. Last modified 2015. <http://www.ibnukatsironline.com/2015/05/tafsir-surat-al-maidah-ayat-87-88.html>.
- . "Tfsir Ibnu Katsir Surat An-Nur." *Ibnukatsironline*. <http://www.ibnukatsironline.com/2015/07/tafsir-surat-nur-ayat-31.html>.
- Ubaidillah, Ahmad. "Metodologi Ilmu Ekonomi Islam Monzer Kahf." *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 3, no. 1 (2018): 54–66.
- Universitas Ciputra. "Fashion : Pengertian, Fungsi, Macam Dan Manfaat." *Universitas Ciputra*. Last modified 2022. <https://www.ciputra.ac.id/fdb/fashion-pengertian-fungsi-macam-dan-manfaat/>.
- Unnnie, Lewkin. "Korean Fast Fashion Fact You Should Know." *Lewkin*. Last modified 2024. <https://lewkin.com/en-co/blogs/style-blog/fast-fashion-facts>.
- Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam." *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 01, no. 01 (2011): 18.
- Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018.
- Yayasan Arwaniyyah. "Profil Dan Sejarah Pondok Pesantren Ma'had Al-Ulumissyar'iyyah Yanbu'ul Qur'an Lil Banat Kudus." *Yayasan Arwaniyyah*. Last modified 2022. <https://www.arwaniyyah.com/mus-yq-kerjasan/>.
- Zakiyyah, Ummi. "ANALISIS PERILAKU KONSUMSI SANTRI DI PONDOK PESANTREN MA'HADUL 'ILMI WAL 'AMAL BOYOLANGU TULUNGAGUNG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG, 2020. <http://repo.uinsatu.ac.id/14436/>.

- Zaroni, A. "Landasan Filosofis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional." *Mazahib* 10, no. 1 (2012): 55–68.
- Zulhimma. "Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren Di Indonesia." *Jurnal Darul 'Ilmi* 01, no. 02 (2013): 166.

LAMPIRAN
PEDOMAN WAWANCARA SANTRIWATI

Judul penelitian : **Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.**

A. Santriwati Sebagai Responden

1. Identifikasi Responden
 - a. Nama responden
 - b. Usia
 - c. Jenjang pendidikan
 - d. Lama tinggal di pondok

B. Daftar Pertanyaan

1. Pandangan dan preferensi *Fashion* .
 - a. Bagaimana anda mendefinisikan *Fashion* muslim yang ideal bagi seorang santriwati?.
 - b. Apakah anda merasa ada tuntutan untuk tetap tampil modis meskipun tinggal di pondok pesantren?
 - c. Menurut anda, apa yang membedakan *Fashion* muslim santriwati dengan *Fashion* pada umumnya.?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi *Fashion*
 - a. Apa saja faktor utama yang membuat anda ingin membeli *Fashion* muslim (pakaian) baru?, apakah karena kebutuhan, tren atau tekanan sosial?
 - b. Bagaimana anda melihat peran media sosial seperti instagram, tiktok, youtube dalam mempengaruhi pilihan membeli *Fashion* muslim.?
 - c. Seberapa berpengaruhnya teman satu pondok terhadap keputusan dalam membeli pakaian?
 - d. Seberapa sering anda melakukan pembelian *Fashion* muslim?
3. Pertimbangan rasionalitas konsumsi.
 - a. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam membeli *Fashion* muslim?
 - b. Ketika anda melakukan pemilihan dalam membeli *Fashion* muslim, apakah anda memperhatikan aspek moral dan spiritual sebelum membelinya?. (keberhasilan)

- c. Bagaimana anda memutuskan pembelian *Fashion* muslim jika ada pilihan merk yang bagus dan tahan lama dengan tidak bermerek tetapi kekinian?. (skala waktu)
- d. Jika anda memiliki uang saku lebih, apakah anda lebih memilih menabung atau membeli *Fashion* muslim baru?. (kekayaan)

PEDOMAN WAWANCARA PONDOK PESANTREN

Judul penelitian : **Perilaku Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santriwati Pondok Pesantren MUS-YQ Putri Desa Kerjasan Kudus Perspektif Rasionalitas Konsumsi Monzer Kahf.**

A. Pengurus Pondok Pesantren Sebagai Responden

1. Identifikasi Responden

- a. Nama responden
- b. Usia
- c. Jabatan

B. Daftar Pertanyaan

1. Kebijakan dan Aturan

- a. Apa saja aturan yang diterapkan didalam pondok pesantren terkait penggunaan *Fashion* muslim oleh santriwati?
- b. Apakah ada batasan dalam penggunaan *Fashion* muslim didalam pondok?
- c. Bagaimana cara pengurus menegakkan aturan tersebut terutama di era kemajuan teknologi seperti saat ini?.

2. Perilaku konsumsi santriwati.

- a. Menurut pandangan anda, bagaimana pola konsumsi *Fashion* muslim dikalangan santriwati? Apakah cenderung konsumtif?
- b. Apa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumsi *Fashion* muslim santriwati?
- c. Apakah terdapat perubahan pola konsumsi *Fashion* muslim santriwati sekitar 3-4 tahun belakangan ini?.
- d. Bagaimana pondok pesantren menanggapi fenomena tren *Fashion* muslim yang semakin berkembang saat ini.?

3. Tantangan dan peluang.

- a. Apa tantangan terbesar yang dihadapi pondok pesantren dalam membimbing dan mengarahkan santriwati untuk mengonsumsi *Fashion* muslim secara bijaksana?
- b. Apakah dengan adanya tren *Fashion* muslim bisa menjadi sarana dakwah bagi santriwati agar lebih sadar dalam berpakaian dan mengonsumsi *Fashion* muslim?
- c. Apakah ada program khusus seperti sosialisasi yang melibatkan orang tua santriwati dalam mengontrol pola konsumsi *Fashion* muslim?.

DOKUMENTASI



Foto wawancara dengan ibu zahro Ahmad selaku pengurus sekretaris Pondok MUS-YQ Putri pada tanggal 9 Februari 2025.



Foto wawancara dengan ibu siti fatimah selaku pengurus koperasi Pondok MUS-YQ Putri pada tanggal 8 Februari 2025.



Foto wawancara dengan 10 santriwati MTs Pondok MUS-YQ Putri
pada tanggal 8 Februari 2025.



Foto wawancara dengan 10 santriwati MA Pondok MUS-YQ Putri
pada tanggal 8 Februari 2025.

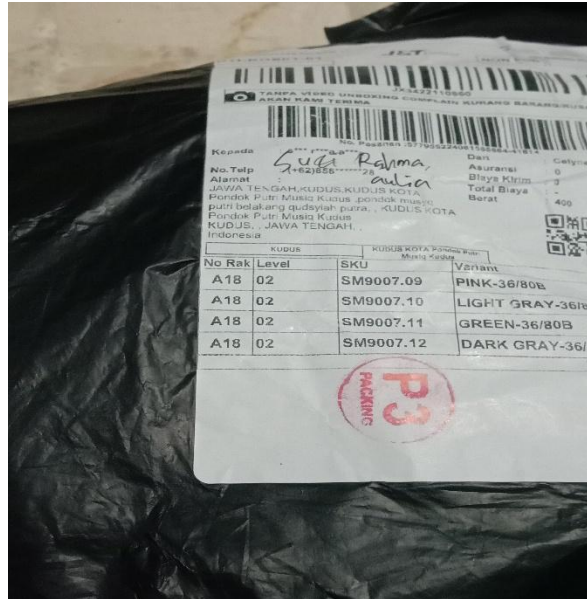


Foto pembelian *Fashion* online santriwati Pondok MUS-YQ Putri pada tanggal 10 Februari 2025.



Foto penggunaan *Fashion* muslim bermerek milik santriwati Pondok MUS-YQ Putri pada tanggal 11 Februari 2025.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Minatus Najihah
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 18 Maret 2003
Alamat Asal : Jl. Borobudur Utara XVII, RT 05, RW 04, Kec.
Semarang Barat, Kota Semarang
Email : minatusnajihah123@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- a) KB TK Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang (2008-2009)
- b) SD. Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang (2009-2015)
- c) MTs. NU Banat Kudus (2015-2018)
- d) MA NU Banat Kudus (2018-2021)
- e) UIN Walisongo Semarang S1 (2021-Sekarang)