

**PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI TERHADAP  
PRODUK *SKIN CARE* PERSPEKTIF TEORI  
KONSUMSI ISLAM MONZER KAHF**

**(Studi Mahasiswi Universitas  
Islam Negeri Fatmawati  
Sukarno Bengkulu )**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Penulisan Skripsi

Dalam Bidang Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh :

**DESI NOPITA SARI**

**NIM 1811130032**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
BENGKULU, 2022 M/ 1443 H**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

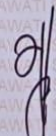
Skripsi yang ditulis oleh Desi Nopita Sari, NIM 1811130032 dengan judul “Perilaku Konsumsi Mahasiswa Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)”. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Telah diperbaiki sesuai dengan saran tim pembimbing. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munagasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, 28 April 2022 M  
1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Drs. M. Syakroni, M.Ag**  
NIP. 195707061987031003

  
**Amimah Oktarina, M.E**  
NIP. 199210212018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI  
SUKARNO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51171  
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

#### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Perilaku Konsumsi Mahasiswa Terhadap Produk Skin Care Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf**, oleh Desi Nopita Sari NIM. 1811130032, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UIN FAS) Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 09 Juni 2022

Dinyatakan **LULUS**, Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 20 Juni 2022 M

1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Desi Isnaini, MA  
NIP. 197412022006042001

Sekretaris

Aminah Oktarina, ME  
NIP. 199210212018012001

Penguji I

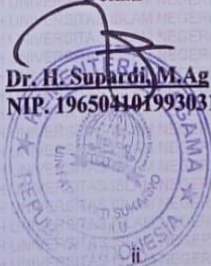
Dr. Desi Isnaini, MA  
NIP. 197412022006042001

Penguji II

Faisal Muttaqin, SE., MSM  
NIP. 198312172014031001

Mengetahui,  
Dekan

Dr. H. Supardi, M.Ag  
NIP. 196504101993031007



ii

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

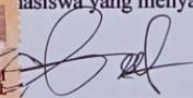
1. Skripsi dengan judul “Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi Mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni ide, gagasan, pemikiran saya sendiri yang dibantu oleh arahan tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya pada daftar pustaka.

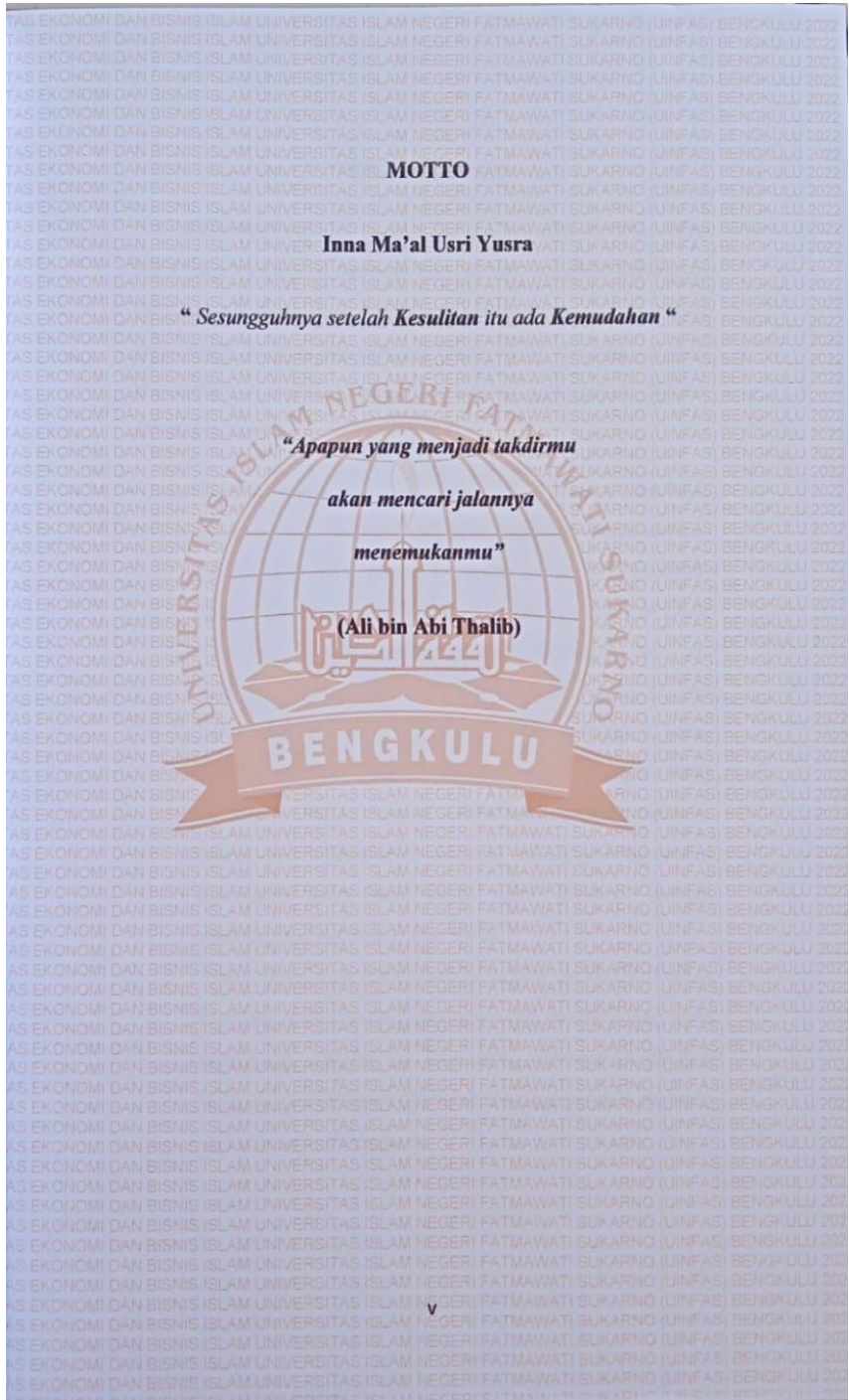
Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.

Bengkulu, Mei 2022

siswa yang menyatakan



  
**Desi Nopita Sari**  
**NIM. 1811130032**



**MOTTO**

**Inna Ma'al Usri Yusra**

**“Sesungguhnya setelah Kesulitan itu ada Kemudahan”**

**“Apapun yang menjadi takdirmu**

**akan mencari jalannya**

**menemukanmu”**

**(Ali bin Abi Thalib)**

**BENGKULU**

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas rahmat dan nikmat dan karunia Allah SWT yang mengiringi langkah kaki dalam menjalani kehidupan yang memberikan jiwa kekuatan dan semangat dalam setiap perjuangan melalui orang-orang yang hebat. Skripsi ini aku persembahkan kepada orang-orang tercinta yang sangat berjasa dalamjuanganku.

1. Kepada kedua orang tua saya, Bak ( Kasno) dan Mak (Rosmawati). Terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang begitu besar, terima kasih atas setiap tetes keringat, tenaga dan waktu yang telah dikorbankan. Terima kasih atas doa, dukungan, serta motivasi. Kesehatan bak dan mak ialah ketenangan dan kebahagiaan bagiku. Terima kasih atas perjuangan bak dan mak, merangkul kami untuk melewati pahit kehidupan yang dialami yang merengut kasih sayang, kebahagiaan, kebersamaan, waktu, dan banyak tetes air mata terbuang. Pengalaman kehidupan yang luar biasa pahit dilewati dengan perjuangan yang sangat luar biasa.
2. Untuk dang dan adek, dangku (Boby Sefrizal). Terima kasih dan sayang, perhatian dan membimbing serta melindungi adik mu ini. Dan untuk sibungsu (Aqila Nur Fadillah) terima kasih dek telah menjadi penepis kesepian mak dan bak dirumah.

3. Teruntuk bapak Drs. M. Syakroni, MAg selaku pembimbing I dan Ibu Amimah Oktarina, ME selaku pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan, arahan dan saran yang telah diberikan, terima kasih atas tenaga, fikiran dan waktu yang telah diluangkan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Teruntuk UINFAS Bengkulu, dosen-dosen UINFAS Bengkulu terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
5. Teruntuk SA'BAT BAROKAH ( Eca Nupita sari, Yeni Sasmita Putri, Hendri Samudra, Rukiyan, Andika m. Tafsiy dan Mujiburrahman). Thank you gues untuk waktu, cerita, pengalamannya selama ini. Semoga Allah Swt memberkahi kehidupan anggota Sa'bat Barokah.
6. Teruntuk para bestie ku , Artika Sulastris si jago bahasa inggris yang menjadi andalan ku pada saat ada tugas dan tes bahasa inggris, Eca Nupita Sari si jago masak, Yeni Sasmita Putri, Nola Tri febilis, Angel Purwaningsih dan teman-teman ekonomi syariah lokal A. Terima kasih untuk semuanya.
7. Almamater UINFAS yang kubanggakan.

## **ABSTRAK**

Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care*  
Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi  
Mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati  
Sukarno Bengkulu)

Oleh Desi Nopita Sari, NIM.1811130032

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi terhadap produk *Skin Care* dan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi terhadap produk *Skin Care* perspektif teori konsumsi Monzer Kahf. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*), dengan pendekatan penelitian kualitatif. Dengan data primer berasal dari hasil wawancara dan sekunder dari buku, jurnal dan artikel. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi dikalangan mahasiswi UINFAS Bengkulu terhadap produk *Skin Care* belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam, masih berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi, pemborosan dan mubazir. Perilaku ini tidak mencerminkan konsumsi seorang muslim. Perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf masih belum sesuai. Terlihat dari penggunaan produk *Skin Care* yang belum BPOM, berlebih-lebihan dalam pembelian dan penggunaan produk *Skin Care*, yang menyebabkan mubazir dan pemborosan dalam konsumsi.

*Kata kunci: Perilaku konsumsi, Skin Care, Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf*



## **ABSTRACT**

*Student Consumption Behavior Against Skin Care Products Perspective of Islamic Compsumption Theory Monzer Kahf(Student Study of Fatmawati Sukarno Bengkulu State Islamic University)*

By Desi Nopita Sari, NIM.1811130032

*The Purpose of this study was to find out how the consumption behavior of female students towards Skin Care products and to find out how the consumption behavior of female students towards Skin Care products from the perspective of Monzer Kahf's Islamic consumption theory. This research is a field research ( field research), with a qualitative research approach. By using primary data from interviews and secondary data from books, journal and articles. This research uses purposive sampling research techniques by observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques with data reduction. Data persentation, and data verification. The results showed that consumption among student at UINFAS Bengkulu on Skin Care products was not fully in accordance with Islamic law, it was still excessive in consumption, wasted and wasted. This behavior does not reflect the consumption of a Muslim. Consumption behavior of female students towards Skin Care products from the perspective of Monzer Kahf's Islamic consumption theory is still not appropriate. It can be seen from the use of Skin Care products that have not been BPOM, exaggeration in the purchase and use of Skin Care products which causes waste and waste in consumption.*

*Key words: Consumption Behavior, Skin Care, Islamic Consumption Theory Monzer Kahf*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt, atas berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif Konsumsi Islam Monzer Kahf”. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Rasulullah saw, yang menjadi pembuka jalan dan tauladan bagi umat Islam.

Penyusunan skripsi ini dengan tujuan memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Dalam proses penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang sangat berjasa dalam proses penulisan skripsi ini, kepada :

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
2. Dr. H. Supardi, M.A, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Yenti Sumarni, M.M, ketua jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam

4. Drs. M. Syakroni, M.Ag selaku pembimbing I dan Amimah Oktarina, ME selaku pembimbing II, yang telah membimbing, memberikan saran dan arahan.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu serta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan ilmu dan pelayanan terbaik.
6. Kedua orang tuaku, selalu memberikan semangat, motivasi, dan perjuangan yang luar biasa.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam hal administrasi.

Dalam penulisan skripsi ini penulisan sangat menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis meminta maaf atas ketidak sempurnaan ini dan mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Bengkulu, April 2022

Desi Nopita Sari  
NIM. 1811130032

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>1</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABLE .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu .....	9
F. Metode Penelitian	
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	16
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	16
3. Informan Penelitian.....	17
4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	18
5. Teknik Analisis Data.....	20
G. Sistematika Penulisan .....	22

## **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Perilaku Konsumsi	
1. Pengertian Perilaku Konsumsi .....	23
2. Dasar Hukum Konsumsi .....	25
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi .....	27
B. Konsumsi Islam	
1. Pengertian Konsumsi Islam.....	30
2. Dasar dan Prinsip Konsumsi Islam .....	36
3. Etika Konsumsi Dalam Islam .....	43
C. Perilaku Konsumsi Monzer Kahf.....	48
D. <i>Skin Care</i> .....	55

## **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.....	58
B. Struktur Organisasi UINFAS Bengkulu.....	59
C. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu.....	60

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	63
B. Pembahasan .....	70

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran-saran .....	79

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Daftar Tabel**

Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	63
------------------------------------	----

## **Daftar Gambar**

Gambar 3.1 Struktur Organisasi UINFAS Bengkulu.....	60
---	----

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan sangat berkaitan erat dengan konsumsi. setiap raga yang bernyawa memerlukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Konsumsi merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang tak luput dari kehidupan, serta konsumsi memegang peranan penting dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Segala macam bentuk usaha yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan merupakan konsep dari konsumsi. Mengikuti perkembangan zaman aktivitas konsumsi mengalami perkembangan dari tujuan awal aktivitas konsumsi, yang tadinya aktivitas konsumsi dilakukan dengan dasar pemenuhan kebutuhan mengalami perubahan dengan munculnya beragam keinginan untuk dipenuhi dan diwujudkan.<sup>1</sup>

Produk *Skin care* menjadi pilihan banyak perempuan untuk tampil cantik dan merawat kesehatan kulit. *Skin Care* merupakan salah satu produk kecantikan yang menjadi kebutuhan penunjang kecantikan dan kesehatan kulit wajah. Perkembangan zaman dan teknologi menjadikan media sosial sebagai sumber informasi mengenai *Skin Care* dari berbagai *Review* produk terbaru yang disajikan dapat memicu

---

<sup>1</sup> Wida Ramdania, dkk., *Konsep Konsumsi dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, Vol. VII No. 14, 2020, h. 94.

perubahan perilaku konsumsi. Munculnya berbagai *Trend* kecantikan mengenai *Skin Care* membuat perempuan protektif terhadap perawatan kulit.<sup>2</sup>

Dengan berjalannya waktu, kesadaran akan pentingnya penampilan sangat tinggi. Standar kecantikan yang dibentuk oleh media merupakan standar global yang tanpa di sadari dianut masyarakat dunia yang modern. Fenomena ini merupakan fenomena gaya hidup seorang perempuan yang menginginkan suatu jati diri baru dengan cara selalu mempercantik diri. Kecantikan yang dimiliki perempuan dianggap sebagai simbol kepercayaan diri. Sebagian besar mendefinisikan cantik saat ini ialah berkulit putih, definisi ini muncul akibat gaya hidup yang disampaikan melalui iklan di TV dan media sosial, ini juga membawa perubahan bagi pola konsumsi .<sup>3</sup> Namun setiap negara memiliki standar kecantikan yang berbeda dengan keunikan yang mereka miliki berdasarkan suku dan ras. Seperti halnya orang Afrika, kecantikan mereka dilihat dari bibir. Bibir menjadi simbol kecantikan perempuan di Afrika.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Aryanti Muhtar Kusuma,dkk., *Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skin Care Pada Generasi Millenial di Kabupaten Kudus*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 8 No. 2, 2020. h. 290.

<sup>3</sup> Nurul Hidayah dan Ali Imron, *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pengguna Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya*, Paradigma, Vol. 2 No. 3, 2014, h. 2-3.

<sup>4</sup> Ira Wirasari, *Kajian Kecantikan Kaum Perempuan Dalam Iklan*, Demandia, Vol. 01 No.02, 2016. h. 151



Konsumsi sebagai bentuk pemakaian atau penggunaan barang dan jasa yang secara langsung dan akhir dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia”.<sup>5</sup> Konsumsi sangat berperan terhadap stabilitas perekonomian, semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin tinggi pula perubahan kegiatan ekonomi. kebutuhan hidup manusia selalu berkembang sejalan dengan tuntutan zaman dan gaya hidup. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia akan barang dan jasa. Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya secara terus menerus, karna memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan pernah puas. kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya melalui kegiatan konsumsi dengan mengalokasikan kekayaannya untuk pemenuhan kebutuhan. Konsumsi dilakukan didasari faktor-faktor pendukung yang mencakup pendapatan yang tinggi dan kebiasaannya atau gaya hidup setiap konsumen.<sup>6</sup>

Aktivitas konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tanpa dilandasi dengan keinginan maka aktivitas konsumsi akan memberikan *masalah* dan juga kepuasan sedangkan jika melakukan konsumsi didasari dengan

---

<sup>5</sup>Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Tera, 2017), h.75.

<sup>6</sup> Hasnira, *Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*, Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017, h. 1

keinginan maka aktivitas konsumsi ini hanya akan mendatangkan manfaat. mengkonsumsi barang/ jasa yang mendatangkan masalah dan tidak berlebihan serta tidak mendatangkan *mudharat*.<sup>7</sup> Akibat dari perkembangan dan kemajuan zaman gaya hidup sudah cenderung hedonis yang menyebabkan masyarakat memiliki perilaku konsumtif.<sup>8</sup>

Konsumsi dalam Islam memiliki *value*, dimana semakin tinggi *value* ini maka semakin tertib perilaku seseorang dalam melakukan konsumsi. Islam tidak melarang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup, dalam hal ini Islam melarang umatnya untuk melakukan pemborosan. Konsumsi dalam Islam didasarkan pada kebutuhan, sehingga tidak berlebih-lebihan ini di jelaskan dalam QS.Al Fuqron:67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا  
وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak

---

<sup>7</sup> Abdul Hamid, *Teori Konsumsi Islam dalam Peningkatan Ekonomi Umat*, j-EBIS, Vol. 3 No. 2, 2018, h. 205

<sup>8</sup> Arlinda Nidia Corinna dan Eko Fajar Cahyono, *Pola Prilaku Konsumsi Generasi Melenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 6 No. 2, 2019, h. 319.

(pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.

Namun Islam juga mencegah adanya sifat kikir dan pelit sebagaimana dilihat dari ayat yang terkait dengan perilaku hidup boros.<sup>9</sup> QS. Al-Isra: 27

ص

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ  
وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya*”.

Monzer Kahf mengaitkan teori perilaku konsumsi dalam Islam dengan tiga hal yaitu, Rasionalisme dalam Islam, Konsep Islam tentang barang, Etika konsumsi dalam Islam.<sup>10</sup> Teori Monzer Khaf mengenai perilaku konsumsi dalam Islam menjadi landasan teori karna mengkaji mengenai etika konsumsi dalam Islam yang bisa menggambarkan fenomena konsumsi yang ada di kehidupan masyarakat muslim zaman sekarang.

Melakukan konsumsi dalam memenuhi kebutuhan haruslah memperhatikan *Maqashidu Syariah* yang mana

<sup>9</sup> Jenita Dan Rustam, *Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 2 No. 1, 2017, h. 2

<sup>10</sup> Eka Sriwahyuni, *Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf*, Al-INTAJ, Vol. 3, No. 1, 2017, h. 175-177

dalam ini melarang aktivitas konsumsi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dan kepuasan hidup saja, Sedangkan nilai-nilai dari tujuan syariah islam diabaikan, sebagaimana tujuan dari konsumsi dalam Islam untuk memberikan kebahagiaan dan kesejahteraan kehidupan duniawi dan ukhrawi. Etika mengkonsumsi barang dan jasa harus memperhatikan dan berlandaskan pada nilai-nilai dan syariat Islam yang memperhatikan aspek Duniawi dan Ukhrawi. Maka konsumsi yang memperhatikan prinsip dan nilai Islam akan mencapai kemaslahatan akhirat karna aktivitasnya dilakukan dengan bernilai ibadah kepada Allah SWT. Dalam pelaksanaan kehidupan pola konsumsi yang sesuai dengan nilai Islam untuk mencapai kesejahteraan (*Falah*) belum terealisasi penuh seperti yang diharapkan.<sup>11</sup> Gaya hidup yang *update* dengan perkembangan zaman membuat individu mengubah gaya hidupnya. Mengikuti gaya hidup akibat dari perkembangan zaman membuat pola konsumsi para perempuan meningkat salah satunya penggunaan *Skin Care*, perubahan pola konsumsi pada produk *Skin Care* ini marak terjadi di kalangan remaja dan dewasa. Merek produk *Skin Care* yang sudah banyak bermunculan menjadi salah satu pemicu tingkat konsumsi perempuan, rasa penasaran yang didukung dengan bukti fisik penggunaan produk *Skin Care*

---

<sup>11</sup> Wida Ramdania, dkk, *Konsep Konsumsi dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol. VII No. 14, 2020, h. 94.

membuat hasrat ingin memiliki menjadi memuncak, yang pada akhirnya membeli produk tersebut.

Akibat dari pergantian produk *Skin Care* yang lama dengan yang baru, maka *Skin Care* yang lama menjadi pajangan tidak di pakai lagi dan fenomena konsumsi seperti ini menimbulkan pemborosan. Gaya hidup menjadi salah satu yang membawa konsumsi perempuan pada produk *Skin Care* menjadi berlebih-lebihan dan menimbulkan sifat boros. Fenomena konsumsi seperti ini banyak ditemukan pada perempuan. Pola konsumsi seperti ini tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Islam yang mengajarkan mengkonsumsi dengan berdasarkan kebutuhan dan tidak berlebih-lebihan dan tidak melakukan pemborosan dan tidak pula kikir.

Dari uraian fenomena diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai konsumsi dengan melakukan penelitian **“Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf”** yang mana penelitian ini akan berfokus pada perilaku konsumsi dengan tinjauan teori Monzer Kahf mengenai perilaku konsumsi dalam Islam maka penelitian ini lebih *Spesifik* dalam pembahasan dan mudah dipahami.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu terhadap produk *Skin Care* ?

2. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu pada produk *Skin Care* perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu terhadap produk *Skin care*
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu pada produk *Skin Care* perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan memberikan manfaat dan menjadi sumbangsi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penambah wawasan di bidang ilmu ekonomi mengenai perilaku konsumsi Islam.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi para perempuan, Dapat dijadikan sebagai sumber acuan dalam memahami perilaku dan pola konsumsi terhadap penggunaan produk *Skin Care* atau barang lainnya yang sesuai dengan prinsip Konsumsi Islam dan Menambah wawasan mengenai pemenuhan kebutuhan produk kecantikan yang sesuai dengan standar konsumsi Islam.

- b. Bagi pembaca, dapat menambah ilmu, wawasan, dan pengetahuan mengenai perilaku konsumsi dan konsumsi Islam terhadap penggunaan produk kecantikan (*Skin Care*) atau barang lainnya. Agar perilaku konsumsi sesuai dengan konsumsi dalam Islam sesuai dengan ajaran Islam.
- c. Bagi Peneliti, Penelitian ini menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan mengenai perilaku konsumsi yang sesuai dengan konsumsi Islam dan diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat didalam kehidupan. Penelitian ini menjadi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

1. Skripsi, Nena Triana, “Perilaku Konsumsi *Bengkulu Hijabers Community (BHC)* Dalam Berbusana Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumsi berbusana anggota *bengkulu hijabers community (BHC)* dalam perspektif ekonomi Islam. penelitian ini termasuk deskriptif dengan pendekatan

kualitatif. Sumber data dari data primer dan skunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan reduksi data, display data dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi anggota BHC lebih cenderung mementingkan keinginan dari pada kebutuhan, dampak dari mengikuti perkembangan busana agar tidak ketinggalan zaman, terlihat cantik, modis dan *fashionable*. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi konsumsi busana anggota BHS yaitu, kelompok acuan, motivasi, dan pendapatan. Dari pandangan ekonomi Islam perilaku konsumsi anggota BHS belumlah sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam.<sup>12</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan peneliti yaitu membahas mengenai perilaku konsumsi namun yang membedakan, peneliti meneliti perilaku konsumsi mahasiswa terhadap produk *Skin Care* selain itu serta sudut pandang penelitian juga berbeda yaitu perspektif teori konsumsi islam Monzer Kahf.

2. Skripsi, Delsi Fitriani, “Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Pembelian Sepeda Motor Menurut Perspektif

---

<sup>12</sup> Nena Triana, *Perilaku Konsumsi Bengkulu Hijabers Community (BHC) Dalam Berbusana Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi IAIN Bengkulu, 2017.



Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Islam”, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN SUSKA RIAU.

Tujuan penelitian untuk mengetahui perilaku konsumsi masyarakat dalam pembelian sepeda motor, faktor pendorong masyarakat membeli sepeda motor dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam pembelian sepeda motor. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*).

Hasil Penelitian menyatakan bahwa perilaku konsumsi dalam pembelian sepeda motor yang terjadi dikalangan masyarakat Kelurahan Batu Bersurat disebabkan oleh faktor kebutuhan. faktor pendorong konsumsi masyarakat dalam pembelian sepeda motor yaitu kebutuhan, *trend*, dan kemudahan yang ditawarkan pihak *Dealer* (Kredit). Sedangkan dalam pespektif ekonomi Islam perilaku konsumsi masyarakat belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi islam masih terdapat sebagian masyarakat yang perilaku konsumsinya bertentangan dengan konsumsi islam.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu sama mengkaji mengenai perilaku konsumsi namun terdapat perbedaan peneliti meneliti mengenai perilaku konsumsi

---

<sup>13</sup> Delsi Fitriani, *Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Pembelian Sepeda Motor Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi UIN SUSKA RIAU, 2015.

terhadap produk *Skin Care* perbedaan juga ada pada perspektif penelitiannya.

3. Skripsi, “Qurrotul A’yunina, Analisis Pola Perilaku Konsumsi Keluarga TKI Sumberagung Rejotangan Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pola perilaku konsumsi keluarga TKI Desa Sumberagung dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumsi keluarga TKI Desa Sumberagung dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pola perilaku konsumsi keluarga TKI Desa Sumberagung. Penelitian ini Kualitatif dengan teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan Analisis Intraktif Miles and Huberman. Hasil penelitian terdapat perbedaan pola konsumsi keluarga TKI Desa Sumberagung sebelum dan sesudah menjadi TKI, sesudah menjadi TKI perilaku konsumsi cenderung konsumtif. Penglokasian uang dari suami untuk membeli makan sehari-hari, pakaian, kendaraan, alat elektronik, perabotan rumah tangga, emas, tanah, sawah dan pembangunan rumah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumsi keluarga TKI terdiri dari faktor budaya, subkultur dan

kelas sosial, faktor sosial, kelompok acuan dan keluarga. Faktor pribadi, umur dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Faktor psikologi, motivasi dan persepsi. Pola konsumsi Keluarga TKI Desa Sumberagung berdasarkan prinsip konsumsi Islam sudah sesuai dengan karna sudah menerapkan beberapa prinsip seperti keadilan, kesederhanaan, kebersihan dan moralitas.<sup>14</sup>

Persamaan dengan penelitian ini yaitu mengkaji perilaku konsumsi dengan perbedaan, penelitian ini berfokus pada analisis perilaku konsumsi Keluarga TKI sedangkan penulis menganalisis perilaku konsumsi mahasiswi pada produk *Skin Care* dan juga terdapat perbedaan pandangan dalam menganalisis, penelitian dengan perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf.

4. Jurnal Nasional: Asri Wulan Sari dan Rachma Indrarini, “Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Muslim Dalam Berbelanja *Skin Care* Di Pamekasan, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam”.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumsi muslim dalam berbelanja *Skin Care* secara online pada mahasiswi pamekasan. penelitian ini

---

<sup>14</sup> Qurotul A'yunina, *Analisis Pola Prilaku Konsumsi Keluarga TKI Sumberagung Rejotangan Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi UIN Satu Tulungagung, 2018.

menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan *fenomenologi*. Teknik uji validitas data berupa triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Analisis data dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswi di pamekasan yang berbelanja online produk *Skin Care* belum sepenuhnya sesuai dengan perilaku konsumsi muslim, terbukti dengan masih terdapatnya unsur berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi, mengkonsumsi dengan nafsu, mubazir dan tidak mementingkan kehalalan produk.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu pada kajian perilaku konsumsi mahasiswi terhadap produk *Skin Care*, namun terdapat perbedaan yaitu cara pandangan penelitian. Peneliti lebih spesifik mengkaji perilaku konsumsi mahsiswi terhadap produk *Skin Care* dengan perspektif teori konsumsi islam Monzer Khaf.

5. Jurnal Internasional: Amal Hayati,dkk. “Kontribusi Pengendalian Diri dan kesesuaian Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif”, Jurnal Internasional Konseling Terapan dan Ilmu Sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kontribusi pengendallian diri dan konformitasteman

sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Swasta IT Kisaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif korelasional dan Multiple regresi. teknik pengambilan sample acak proposional. Hasil penelitian yaitu: (1) rata-rata pengendalian diri berada pada kategori sangat tinggi, (2) konformitas teman sebaya juga berada pada kategori tinggi, (3) perilaku konsumtif konsumen dikategorikan sangat baik, (4) ada 51% kontribusi pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif, (5) ada 34 % kontribusi konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, (6) terdapat 60% kontribusibersama-sama dengan kontrol diri dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama dalam membahas mengenai prilaku konsumsi, dan perbedaannya pada penelitian ini mengkaji kontribusi pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif dan objek penelitian, sedangkan peneliti fokus kepada perilaku konsumsi terhadap produk *Skin Care* dengan sudut pandang teori konsumsi Islam Monzer Kahf.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Asri Wulan Sari dan Rachma Indrarini,, *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Muslim Dalam Berbelanja Skin Care di Pemakasan*. Jurnal Internasional Konseling Terapan dan Ilmu Sosial, Vol. 02 No. 01, 2021.

<sup>16</sup> Amal Hayati,dkk. *Kontribusi Pengendalian Diri dan Kesesuaian Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif*, Jurnal Internasional Konseling Terapan dan Ilmu Sosial, Vol. 02 No. 01, 2020.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian Lapangan (*Field Research*), Yaitu penelitian yang bertujuan untuk untuk mengkaji secara intensif mengenai latar belakang kondisi dan interaksi saat ini dengan interaksi lingkungan lembaga, masyarakat, individu maupun kelompok.<sup>17</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan Penelitian kualitatif merupakan sistem penelitian yang melahirkan data deskriptif yang berupa rangkaian kata-kata yang didapat dari informan yang diamati baik secara tertulis maupun lisan.<sup>18</sup> Penelitian ini menganalisa, menggambarkan atau mendeskripsikan mengenai fenomena yang ada secara terstruktur dan sistematis pada pendeskripsiannya. Datanya berupa kata-kata baik secara lisan maupun tertulis dari informan penelitian.

### 2 .Waktu Dan Lokasi Penelitian

#### a. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan November 2021 sampai dengan April 2022.

---

<sup>17</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 22

<sup>18</sup> S. Margo, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 105

### b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau lokasi dimana peneliti akan mencari data yang diperlukan dalam penelitiannya. Lokasi Penelitian di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). UINFAS Merupakan satu-satunya PTKIN yang ada di Bengkulu, dan memiliki Fakultas FEBI yang mahasiswinya memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dalam Islam.

### 3. Informan Penelitian

Informan penelitian ini, yaitu objek penelitian yang memberikan sumbangan informasi mengenai fenomena yang akan diteliti di lokasi penelitian di langsung. Teknik pengambilan sample menggunakan *Purposive Sampling* berdasarkan tujuan penelitian dengan kriteria informan yaitu;<sup>19</sup>

- a) Pengguna Produk *Skin Care*
- b) Mengetahui Teori Konsumsi Islam
- c) Penggunaan >2 Tahun
- d) Rentang Umur 18-25 Tahun.

---

<sup>19</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007, h.107

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi/informan penelitian yaitu mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Dengan jumlah sampel 20 informan.

#### 4. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

##### a. Sumber data

##### 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang bersifat langsung yang diberikan kepada peneliti atau pengumpul data.<sup>20</sup> Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama seperti individu dari hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasanya dilakukan oleh peneliti.<sup>21</sup> Data primer penelitian ini didapat dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada mahasiswi UINFAS Bengkulu.

##### 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang bersifat tak langsung memberikan data kepada peneliti.<sup>22</sup> Sumber data primer penelitian ini didapat dari pendekatan kepustakaan baik dari

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 225

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 10

<sup>22</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif...*, h. 10



didapat buku-buku, jurnal-jurnal, artikel-artikel ilmiah dan dokumen-dokumen pendukung yang berkaitan dengan penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Merupakan Prosedur pengambilan data dengan melibatkan indra penglihatan secara langsung tanpa ada bantuan alat untuk memenuhi keperluan penelitian. Teknik observasi ini dipakai peneliti untuk mengamati dan memahami fenomena yang berkaitan dengan penelitian, perilaku, pertumbuhan, waktu terjadinya peristiwa.<sup>23</sup> Dalam hal ini penulis melakukan observasi secara langsung dengan mengamati perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu terhadap Produk *Skin Care*.

2) Wawancara

Wawancara merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau data penelitian yang berupa data tertulis atau pun lisan yang diberikan informan.<sup>24</sup> Wawancara ini dilakukan secara langsung bertatap muka antara

---

<sup>23</sup> Djam'an dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 105

<sup>24</sup>Djam'an dan Aan Komaariah, *Metodelogi Penelitian KualitatifI*,...h.130

peneliti dengan informan guna mendapatkan data yang diperlukan penelitian.

Dalam hal ini penulis secara langsung terjun ke lokasi penelitian untuk melakukan wawancara guna mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi membantu peneliti dalam pencarian informasi atau data penelitian.<sup>25</sup> Dokumentasi bisa berupa buku, artikel, bahan pustaka dan tulisan, angka dan gambar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan juga sebagai berupa laporan pendukung penelitian.

## 5. Teknik Analisis Data

Merupakan metode yang digunakan dalam proses mengolah data menjadi informasi. Analisis data merupakan proses pencarian dan pengumpulan data yang disusun secara sistematis untuk disajikan dan dilakukan analisis data sesuai dengan permasalahan yang dibahas dengan metode analisis penelitian kualitatif, mendeskripsikan data secara jelas agar dapat dipahami. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis model Miles dan Huberman

---

<sup>25</sup> Jonathan Sarwono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2006, h.225

meliputi : Reduksi data, Penyajian data dan Verifikasi data.<sup>26</sup>

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan cara yang dipakai peneliti untuk menganalisa data penelitian dengan memperjelas, mempertajam, sehingga data yang diperoleh lebih spesifik dengan mempertajam untuk ditarik kesimpulan akhir.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan cara peneliti untuk menggambarkan data dalam rangkaian informasi yang memberikan kemungkinan pada peneliti untuk memahami dan menyimpulkan secara sistematis dan terstruktur.

c. Verifikasi data (*Data Verification*)

Verifikasi data merupakan cara penelitian untuk melihat kembali data awal yang sudah dikumpulkan, dan kemudian peneliti melakukan analisis secara kualitatif pada data awal dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D cet 21*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 412

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kuantitatif, dan R&D cet 21...*, h. 412.

## **G. Sistematika Penulisan**

BAB I merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II merupakan bab yang berisikan Kajian Teori dan penjelasan mengenai variabel penelitian.

BAB III merupakan bab ini berisikan Gambaran Umum Objek Penelitian.

BAB IV merupakan bab yang mmenjelaskan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian.

BAB V merupakan bab penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumsi

##### 1. Pengertian Perilaku konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to consume* yang dalam bahasa Belanda yakni, *consumptie* yang berarti memakai atau menghabiskan. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kata konsumsi diartikan pemakaian barang hasil produksi. Konsumsi secara luas diartikan sebagai kegiatan mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa baik secara langsung maupun berangsur untuk memenuhi kebutuhan. Orang yang melakukan aktivitas konsumsi disebut dengan konsumen .<sup>1</sup>

Konsumsi merupakan pemakaian barang dan jasa yang secara langsung dan akhir dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia.<sup>2</sup> Kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dan memberikan kepuasan disebut dengan *utility* atau nilai guna. Semakin tinggi nilai kepuasan terhadap suatu barang maka semakin tinggi nilai gunanya.<sup>3</sup> Secara umum konsumsi dalam ilmu

---

<sup>1</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Depok: Rajawali, 2017), h.75

<sup>2</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar- Dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Tera ,2011), h. 95

<sup>3</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, Depok: Pt. Raja Grafindo Persada, 2017. h.97

ekonomi didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi secara langsung kebutuhan manusia. hal yang membedakan antara konsumsi secara umum dengan konsumsi adalah tujuan pencapaian dari konsumsi dan cara pencapaiannya yang harus memenuhi kaidah syariah Islam. tujuan utama konsumsi bagi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong dan untuk beribadah kepada Allah SWT, sehingga menjadikan aktivitas konsumsi bernilai ibadah. Aktivitas konsumsi dalam Islam merupakan bentuk aktivitas ekonomi dengan membelanjakan harta atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun amal saleh bagi sesama manusia, yang mana aktivitas konsumsi ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, Kedamaian, dan kesejahteraan Akhirat (*Falah*).<sup>4</sup>

Perilaku konsumsi merupakan tindakan dan aktivitas konsumen dalam melakukan aktivitas konsumsi saat memanfaatkan atau mengalokasikan pendapatannya untuk membeli, menggunakan produk atau jasa. Konsumsi yang dilakukan demi memenuhi kebutuhan hidup pengalokasian harta atau pendapatan yang dikeluarkan untuk konsumsi sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan syariat Islam konsumsi dilakukan dengan mengutamakan

---

<sup>4</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*,....h. 98

kebutuhan dari pada keinginan, konsumsi dianjurkan dengan batas wajar dan tidak mubazir, berlebih-lebihan serta menghamburkan uang tanpa manfaat. Perilaku konsumsi bukan hanya dalam hal mengkonsumsi makanan dan minuman saja, namun juga mengkonsumsi seperti baju, kendaraan dan barang lainnya.<sup>5</sup> Perilaku konsumsi juga diartikan sebagai aktivitas mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa. Kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi barang atau jasa disebut dengan pola konsumsi.<sup>6</sup>

## 2. Dasar Hukum Konsumsi

### 1. Al-Qur'an

#### a). QS. Al-Maidah:88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا  
وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ

مُؤْمِنُونَ

Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezeikikan

<sup>5</sup>Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h.85

<sup>6</sup> Muazzinnur, *Perilaku Konsumsi Trend Pakaian Di Kalangan Mahasiswi*, Jom FiSIP, Vol. 1, No. 2, 2014, h.2

*kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya*

b). QS. al-A'raf:31

يَبْنِيْءَ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ  
 مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاَشْرَبُوْا وَلَا  
 تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*

## 2. Hadist

“Dari Anas r.a., Rasulullah SAW bersabda, “Seandainya seorang manusia mempunyai harta sebanyak dua lembah niscaya ia akan mencarinya lembah yang ketiga dan tidak akan penuh mulut manusia itu kecuali dengan tanah ( kematian) dan Allah akan mengampuni orang yang bertobat.” (HR. Bukhari dan Muslim).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Idri, *Hadis Ekonomi ( Ekonomi Perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Kencana, 2015. h.99



### 3. Ijtihad

Ijtihad merupakan bentuk penyampaian kemungkinan dalam persoalan syariat. Sumber hukum ekonomi Islam termasuk hukum perilaku konsumen yaitu; Al-Qur'an, as-Sunnah, Ijma', serta Qiyas dan Ijtihad. Konsumsi merupakan bentuk permintaan sedangkan Produksi merupakan bentuk dari penyediaan / penawaran.

Ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam keduanya memiliki perbedaan dalam hal konsumsi yaitu, pada cara pendekatan yang dipakai dalam memenuhi kebutuhan individu. Islam tidak menganggap kesenangan materialistis yang hanya berfokus pada pola konsumsi modern. Mannan menyatakan semakin tinggi tingkat peradapan yang kita daki maka semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan *Fisiologi* dampak dari Faktor *psikologis*.<sup>8</sup>

### 3. Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi

Menurut Godam, Faktor yang mempengaruhi konsumsi meliputi, Pendapatan, Kekayaan, Suku Bunga, Perkiraan Masa Depan, Komposisi penduduk, Jumlah Penduduk, Keadaan Adat Sosial dan Budaya, Gaya Hidup.

---

<sup>8</sup> Dina Kurnia Salwa, *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya*, Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, Vol. 3 No. 1, 2019, h.70-71

a). Pendapatan

Peningkatan pengeluaran konsumsi sering terjadi seiring dengan peningkatan pendapatan .

b). Kekayaan

Dalam hipotesis pendapatan permanen, Friedman, Albert Ando dan Franco Modigliani, menyatakan Bahwa kekayaan bersih (*Net Worth*) merupakan faktor penting dalam menentukan kekayaan. Kekayaan menjadi faktor yang menentukan konsumsi dalam fungsi konsumsi.

c). Suku bunga

Dengan bunga bank yang tinggi akan mengurangi tingkat konsumsi karena orang lebih tertarik untuk menabung di bank dengan bunga tetap tabungan atau deposito yang tinggi ketimbang membelanjakan banyak uang.

d). Perkiraan masa depan

Persiapan hidup untuk masa depan seperti pensiunan, persiapan biaya sekolah, persiapan biaya kesehatan, dan persiapan-persipan yang lainnya. perasaan khawatir dengan kehidupan dimasa yang akan datang menimbulkan penekanan pada konsumsi .

e). Komposisi Penduduk

Di suatu wilayah yang memiliki banyak usia kerja produktif, penduduk yang tinggal lebih banyak

dikota dari pada daerah dan tingkat pendidikan SDM tinggi, Dengan wilayah yang seperti ini maka konsumsinya akan tinggi.

f). Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk menentukan tingkat tinggi rendahnya konsumsi disuatu wilayah, jika jumlah penduduk sedikit maka tingkat konsumsinya juga rendah begitu juga jika jumlah penduduknya tinggi maka konsumsi diwilayah itu juga tinggi.

g). Kebiasaan adat sosial budaya

Daerah yang memegang teguh Adat istiadat hidup sederhana maka tingkat konsumsinya akan cenderung rendah dibanding dengan Wilayah yang memegang teguh adat istiadat yang gemar pesta adat. Dari sini dapat dilihat bahwa adat istiadat dapat mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang.

h). Gaya hidup

Gaya hidup seseorang sering diekspresikan dengan aktivitasnya dalam mengelola kehidupan, waktu dan uangnya. Seorang yang menganut gaya hidup mewah dan gemar melakukan pinjaman (berhutang) maka tingkat pengeluaran konsumsinya tinggi meski pun pendapatannya rendah.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Amir Machmud, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Erlangga,2016), h.77-78

## B. Konsumsi Islam

### 1. Pengertian Konsumsi Islam

Islam berpandangan bahwa hal yang paling utama untuk didapatkan pada aktivitas konsumsi ialah *Maslahah*. *Maslahah* merupakan segala bentuk kondisi baik itu dari segi material maupun non material yang mampu memberikan kedudukan pada manusia sebagai makhluk yang mulia. Ada dua kandungan yang terdapat dalam *Maslahah*, yaitu Manfaat dan Berkah. Dalam hal perilaku konsumen, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Kegiatan konsumsi terhadap barang dan jasa yang halal dan bermanfaat serta membawa kebajikan (*thayib*) dan akan memberikan berkah bagi konsumsi. Untuk mendapatkan kandungan yang terdapat dalam *maslahah* maka dalam melakukan konsumsi haruslah barang yang halal, baik itu dari sifat zat, cara mendapatkannya, maupun pemanfaatannya. Dengan konsumsi barang halal akan bernilai kepatuhan kepada Allah SWT dengan balasan yang akan didapat yaitu pahala dan manfaat dari barang halal yang dikonsumsi.<sup>10</sup>

Konsumsi dalam Islam merupakan pemanfaatan barang-barang yang baik dan juga halal terhindar dari

---

<sup>10</sup> Dina Kurnia Salwa, *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3 No. 1, 2019, h.67

yang haram serta aktivitas konsumsi yang dilakukan dengan memperhatikan dan sesuai prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Aktivitas Konsumsi terjadi atas dasar adanya kebutuhan (*Hajat*) dan kegunaan atau Kepuasan (*Manfaat*) dalam Pandangan ekonomi Islam antara kebutuhan dan kepuasan saling berkaitan dengan konsumsi. Masalah dalam konsumsi tidak seluruhnya secara langsung dapat dirasakan secara langsung, masalah akhirat atau berkah belum akan dirasakan secara langsung pada saat menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa sedangkan masalah dunia manfaatnya akan dirasakan setelah melakukan aktivitas konsumsi atas barang/jasa.<sup>11</sup>

Konsumsi dalam Islam lebih cenderung kepada kebutuhan dibandingkan keinginan. Tidak adanya larangan konsumsi dalam Islam kecuali Bangkai, Darah, Babi, sebagaimana yang disebutkan dalam QS. Al-Maidah:3, Namun Islam melarang umatnya melakukan pemborosan dalam konsumsi. Karna dalam Islam konsumsi didasarkan pada kebutuhan sehingga dilarang baginya untuk melakukan konsumsi melampaui batas wajar (Berlebih-lebihan). Islam juga melarang adanya sifat kikir dan mengutuk pemborosan, kekikiran menahan sumber daya masyarakat yang menyebabkan tidak terpakai dengan

---

<sup>11</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik)*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2020, h. 207

sempurna dan pemborosan menghamburkan sumber daya tanpa manfaat dan berlebihan. Kekikiran dan pemborosan adalah dua hal yang berbahaya bagi perekonomian Islam.<sup>12</sup>

Konsumsi yang berada diluar batas wajar atau berlebih-lebihan ialah ciri khas dari masyarakat yang tidak mengenal tuhan, yang mana perilaku ini dikutuk dalam Islam yang disebut dengan *Israf* (Pemborosan) atau *Tabzir* ialah mempergunakan harta tanpa manfaat untuk kepentingan yang salah. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara berimbang.<sup>13</sup> Konsumsi dalam Islam merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akhirat ( *Falah* ) dalam mengalokasikan hartanya untuk kebutuhan hidup maupun amal saleh.<sup>14</sup> Konsumsi dalam Islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan *Duniawi* dan *Ukhrawi*. Seseorang dalam melakukan Aktivitas konsumsi mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam hidupnya. Tujuan konsumsi dilakukan dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidup. Manusia diciptakan dengan

---

<sup>12</sup> Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam (Prinsip Dasar)*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016, h. 146

<sup>13</sup> M. Nur Riyanto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik)*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2020, h.188-189

<sup>14</sup> Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 98

tujuan ibadah yang mana hal ini sering dikaitkan dengan aktivitas pemenuhan kebutuhan manusia dalam pandangan Islam, Ada nya hawa nafsu pada manusia yang memicu munculnya keinginan dalam diri manusia akan hal-hal seperti barang-barang /jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Allah Berfirman dalam QS.Ali-'Imran:14

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ  
النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ  
مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ  
الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ <sup>قُلْ</sup> ذَلِكَ  
مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا <sup>صَلِّ</sup> وَاللَّهُ عِنْدَهُ  
حُسْنُ الْمَعَابِ

Artinya: *Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis*

*emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).*

Dalam Islam kebutuhan dikategorikan menjadi tiga yaitu, Kebutuhan *Daruriyyah*, Kebutuhan *Hajiyyah*, Kebutuhan *Tahsiniyyah*.

a. Kebutuhan *Daruriyyah*

Merupakan kebutuhan paling utama dan paling penting. Kebutuhan ini harus terpenuhi agar manusia dapat hidup layak dan merasa cukup. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka akan mengancam hidup didunia maupun diakhirat. Kebutuhan daruriyyah terbagi atas: Pertama; *Khifdu din* (menjaga agama) merupakan Daruriyyat yang terpenting dan berada pada urutan tertinggi. Kedua; *Khifdu nafs* (menjaga jiwa) termasuk dalam *Daruriyyatul Khamsi* dan agama tidak bisa ditegak jika tidak ada jiwa-jiwa yang mampu menegakkannya. Ketiga; *Khifdu 'aql* (menjaga akal) salah satu sarana untuk menjaga akal yaitu ilmu. Keempat; *Khifdu nasl* (menjaga keturunan) diantara Daruriyyah Kahms yang dipelihara dan yang dijaga dalam syariat yaitu dengan menjaga



keturunan. Kelima; *Khifdu mal* (menjaga harta) bagian terakhir dari *daruriyyah-kahms* yang dijaga oleh syariat yaitu sesuatu yang menjadi penopang hidup, kesejahteraan serta kebahagiaan, yaitu dengan menjaga harta.

b. *Kebutuhan Hajjiyah*

Kebutuhan *hajjiyah* dipenuhi setelah kebutuhan *daruriyyah* terpenuhi. Jika kebutuhan *hajjiyyah* tidak terpenuhi maka tidak berarti akan mengancam keselamatan kehidupan umat manusia, namun manusia tersebut akan mengalami kesulitan dalam melakukan suatu aktivitas. Kebutuhan ini merupakan penguat dari kebutuhan *daruriyyat*. Apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka tidak akan mengancam kehidupan dan keselamatan, namun akan mengalami kesulitan.

c. *Kebutuhan Tahsiniyah*

Merupakan kebutuhan yang tidak mengancam kelima hal pokok yaitu, *Khifdu din* (menjaga agama), *Khifdu nasf* (menjaga kehidupan), *Khifdu aql* (menjaga akal), *Khifdu nasl* (menjaga keturunan), *Khifdu mall* (menjaga harta) serta tidak menimbulkan

kesulitan umat manusia. Kebutuhan ini muncul setelah kebutuhan *daruriyyah* dan *hajjiyat* terpenuhi.<sup>15</sup>

Dalam hal pemenuhan kebutuhan ini, Umat Islam bukan hanya dari segi kebutuhan dan kepuasan saja yang difokuskan namun ada aspek yang penting yang juga harus diperhatikan dalam aktivitas konsumsi guna memenuhi kebutuhan. Manusia harus memperhatikan tujuan utama dari pemenuhan kebutuhan umat Islam yaitu sebagai alat penolong untuk beribadah kepada Allah. Melakukan konsumsi guna memenuhi kebutuhan yang didasarkan dengan niat untuk meningkatkan energi/tenaga dalam lingkup Ketaatan dan kepatuhan kepada Allah akan menjadikan aktivitas konsumsi yang dilakukan bernilai ibadah. Dengan niat mendekati diri kepada Allah, sesuatu yang hukumnya mubah untuk dilakukan seperti, Tidur dan bekerja, makan bisa menjadi bernilai ibadah. Manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktivitas konsumsi dengan imbang tidak kikir maupun berlebih-lebihan.<sup>16</sup>

## **2. Dasar dan Prinsip Konsumsi Dalam Islam**

Dalam pandangan Islam, Anugerah yang dimiliki Allah merupakan kepemilikan semua manusia. Namun

---

<sup>15</sup> Ickhsanto Wahyudi, dkk. *Ekonomi Syariah*, Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022, h. 83-85

<sup>16</sup> Idri, *Hadis Ekonomi*,... h.106

tidak semua manusia mampu memanfaatkan anugerah yang dimilikinya. Tindakan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi barang dengan baik ,maka didalam Islam dinilai suatu kebaikan. Etika ilmu ekonomi Islam berupaya meminimalisir kebutuhan manusia akan material yang sangat luar biasa dan melakukan perkembangan Bathiniah bukan memperluas Lahiriah yang menjadi tujuan hidup manusia.<sup>17</sup> Adapun prinsip konsumsi dalam Islam yaitu:

#### 1. Prinsip Keadilan

Mencari rezeki dengan cara yang halal dan tidak dilarang dalam hukum. Dalam hal mengkonsumsi makanan dan minuman umat muslim dilarang memakan dan meminum yang haram seperti Darah, daging babi, Bangkai, dan daging binatang yang disembelih diserukan nama selain Allah. Berkaitan dengan larang mengkonsumsi makan dan minum. Dalam QS. Al-Baqarah:173.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ  
وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ

---

<sup>17</sup> Masyhuri Machfudz dan M. Nurhadi Sujoni, *Teori Ekonomi Makro*, (UIN-MALIKI: Malang, 2016), h. 93

فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ  
عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

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

## 2. Prinsip Kebersihan

Pada prinsip ini, melakukan konsumsi pada makanan dan minuman haruslah yang baik, halal dalam segala hal, suci dari hadis dan layak untuk dikonsumsi, dalam keadaan bersih dari kotoran, tidak menjijikkan sehingga merusak atau bahkan sampai menghilangkan selera makan dan hindari makanan yang dapat merusak fisik dan mental, terhindar dari kotoran atau penyakit yang akan berakibat buruk setelah dikonsumsi. Berbagai macam variasi makanan dan minuman yang bisa dipilih untuk di konsumsi dan diperbolehkan untuk dikonsumsi dalam Islam. pilihlah makanan yang bersih, halal, dan mendatangkan manfaat jika dikonsumsi.

Sebagaimana Firman Allah dalam QS.Al-Baqarah :172

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن  
طَيِّبَتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن  
كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.*

### 3. Prinsip Kesederhaan

Pada prinsip ini berbicara mengenai perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas konsumsi yang secara berlebih-lebihan. Kekurangan makanan menimbulkan dampak bagi tubuh sedangkan jika berlebihan juga akan menimbulkan dampak buruk bagi tubuh. Dalam hal ini melakukan konsumsi haruslah seimbang. Perbuatan yang melampaui batas wajar, pemborosan, yaitu mmenghamburkan harta tanpa manfaat mengikuti hawa nafsu sangat dilarang dalam Islam.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2016), h. 106

Dalam QS. Al-A'raf : 31

يَبْنِيْ ءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

#### 4. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan kemurahan hati melakukan aktivitas konsumsi untuk memenuhi kelangsungan dan kebutuhan yang dilandasai dengan tujuan beribadah kepada Allah tidaklah membawa bahaya dan dosa selagi aktivitas konsumsi dilakukan sesuai dengan perintah Islam. Dalam QS.At-Taghabun:16

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَأَسْمَعُوا  
وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِأَنْفُسِكُمْ ۗ

وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ  
 الْمُفْلِحُونَ ﴿١٦﴾

Artinya: Maka bertakwalah kamu kepada Allah menurut kesanggupanmu dan dengarlah serta taatlah dan nafkahkanlah nafkah yang baik untuk dirimu. dan Barangsiapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, Maka mereka Itulah orang-orang yang beruntung.

#### 5. Prinsip Moral

Konsumsi bukan hanya mengenai makan dan minum, untuk memulai aktivitas konsumsi juga harus membawa dan memperhatikan nilai-nilai moral dan spritual. Sebagai seorang konsumen muslim dianjurkan pada saat memulai aktivitas konsumsi untuk menyebut nama Allah ( Bismillah) dan mengakhiri aktivitas konsumsi dengan ucapan terima kasih ( Alhamdulillah) kepada-Nya.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Melis, *Prinsip Dan Batasan Konsumsi Islam*, Islamic Bangking, Vol. 1 No. 1, 2015, h.15-16.

Dalam QS. Al-Baqarah:152

الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ

وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ﴿١٥٦﴾

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: "Inna lillaahi wa innaa ilaihi raaji'uun”.

Qardhawi memaparkan mengenai prinsip perilaku konsumsi dalam Islam, meliputi:

- a). Yang mendasari pemikiran pola konsumsi dalam Islam ialah meminimalisir biologis yang muncul dari faktor psikis buatan dalam upaya melepaskan energi manusia dengan tujuan spritual.
- b). Perilaku dalam islam didasarkan pada prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas.
- c). Memahami perilaku konsumsi tidaklah cukup dengan pengetahuan mengenai halal dan haram, namun juga perlu memahami sikap-sikap dalam pola



konsumsi dan sikap kepedulian dengan sesama konsumen.<sup>20</sup>

### C. Etika Konsumsi Dalam Islam

Setiap manusia berupaya mencari kenikmatan yang didapat dengan mentaati perintah-Nya dan mencari kepuasan melalui barang-barang dan anugerah yang telah diciptakan Allah untuk kemaslahatan umat. Dalam hal ini Allah melarang adanya sifat konsumsi yang berlebih-lebihan karena konsumsi yang berlebih-lebihan menunjukkan bahwa pelaku konsumsi itu tidak mengenal Tuhan, Sifat yang sering terdapat di dalam aktivitas konsumsi ini dinamakan *Israf* (Pemborosan) atau *Tabzir* ( Mengelokasikan harta tanpa manfaat). Pemborosan merupakan penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal ini seperti pembelian makanan, pakaian, Tempat tinggal. Ajaran Islam Menganjurkan Pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang atau melakukan pola konsumsi di antara kekikiran dan pemborosan aktivitas konsumsi tidak cenderung kikir atau cenderung melakukan pemborosan. Konsumsi yang melampaui batas wajar disebut

---

<sup>20</sup> Alinda Nidia Corinna, dkk, *Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 6, No. 2, 2019. h.322.

dengan *Israf* hal ini di larang ada pada konsumsi dalam Islam. Adapun etika konsumsi dalam Islam sebagai berikut:<sup>21</sup>

### 1. Tauhid ( *Unity/Kesatuan*)

Dalam Islam, aktivitas konsumsi dilakukan dengan niat beribadah kepada Allah SWT sehingga setiap aktivitasnya berdasarkan Syariah. Dalam QS. adz-Dzaariyat:56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”.

### 2. Adil (*Equilibrium /Keadilan*)

Allah menciptakan karunia yang melimpah yang tidak terhitung jumlahnya. Segala macam dan bentuk kebaikan dan kenikmatan yang dimiliki dan dirasakan di dalam kehidupan dunia merupakan karunia yang datang dari Allah. Islam tidak melarang manusia untuk menikmati semua karunia yang telah Allah ciptakan dalam kehidupan dunia jumlah.

---

<sup>21</sup> Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2016), h.106

Dalam QS. Al-Baqarah:168

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ  
 حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ  
 الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

### 3. Kehendak Bebas (*Free will*)

Manusia diberi kebebasan dalam mengambil untung dan memanfaatkan barang yang telah diciptakan Allah dan atas segala karunia yang diberikan Allah. Kebebasan ini tidak terlepas dari *Qadha* dan *Qadar* dengan memperhatikan batasan agar tidak terjadi kedzaliman dari berbagai pihak.

### 4. Amanah (*Responsibility*/Pertanggung jawaban)

Manusia sebagai *khalifah* atau pengemban amanat Allah. manusia diberi kebebasan dalam mengambil keuntungan dan memanfaatkan ciptaan Allah sebagai bentuk tugas kekhalfahannya. Dalam melakukan

konsumsi manusia mempunyai kebebasan disamping ini manusia mengemban tanggung jawab terhadap dunia maupun akhirat. Pertanggung jawaban kepada lingkungan dan Allah swt.

#### 5. Halal

Dalam melakukan aktivitas konsumsi barang-barang yang kan dikonsumsi merupakan barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta menimbulkan kemaslahatan umat baik secara material maupun spiritual. Barang yang tidak suci (najis), buruk, tidak bernilai dan mendatangkan *kemudharatan* maka dalam Islam dilarang untuk di konsumsi. Dalam QS.Al-Baqarah:173

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

Artinya: Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain

*Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

#### 6. Sederhana

Perbuatan yang melampaui batas wajar (*Israf*), pemborosan, berlebih-lebihan, yaitu menghamburkan harta mengikuti hawa nafsu tanpa manfaat sangat dilarang dalam Islam.<sup>22</sup> Dalam QS. Al-A'raf:31

يَبْنِيٰٓ ءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ  
 إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*

---

<sup>22</sup> Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2016), hlm.106

#### **D. Perilaku Konsumsi Monzer Kahf**

Monzer Kahf merupakan tokoh agama Islam. Beliau lahir di Damaskus ibukota Suriah pada tahun 1940. Kahf ialah orang pertama yang mencoba mengaktualisasikan penggunaan institusi distribusi Islam (Zakat, sedekah) terhadap agregat ekonom, pendapatan, konsumsi, simpanan dan investasi. Pada bulan Juni 1962, Dr. Monzer Kahf mengambil gelar sarjana BA dalam perdagangan dari Universitas Damaskus. Pada tahun 1975, Kahf meraih gelar Ph.D ilmu ekonomi spesialisasi ekonomi Internasional di *University of Utah, Salt Lake City, USA*. Kahf sudah menjadi seorang akuntan publik bersertifikat sejak tahun 1968.

Pada tahun 2005, Monzer Kahf menjadi seorang guru besar ekonomi Islam dan perbankan pada *The Graduate Programme Of Islamic Economics and Banking*, Universitas Yarmouk di Jordan. Lebih dari 34 tahun Kahf mengabdikan dirinya dibidang pendidikan. Pada tahun 1984 Kahf memutuskan bergabung dengan *Islamic Development Bank* dan sejak 1995 Kahf sudah menjadi ahli ekonomi (Islam) senior di IDB.<sup>23</sup>

Dr. Monzer Kahf seorang ekonom terkemuka, dosen, konselor dan pakar Syariah serta hukum-hukum Islam. Kahf

---

<sup>23</sup> Saprida dkk, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana ,2021, h. 202

juga mempunyai segudang pengetahuan yang kuat mengenai Fiqh Islam dan studi Islam. Kinerja Dr. Kahf tidak diragukan lagi didalam organisasi . Kahf terbagung dalam organisasi yang berbeda-beda dalam universitas, lembaga penelitian dan keuangan. Pada tahun 1962-1963 Dr. Monzer Kahf menjadi Instruktur dari School of Business University of Damacus, Suriah.

Pada tahun 1963-1971, Dr. Monzer Kahf menjadi auditor dari kantor Audit Negara Pemerintahan Suriah. Pada tahun 1971-1975, Dr. Monzer Kahf menjadi asisten dosen pengajar ilmu ekonomi di Universitas Utah. Pada tahun 1974-1999, Dr. Monzer Kahf menjadi anggota dari *American Economic Association*. Pada tahun 1975-1981, Dr. Monzer Kahf menjadi direktur keuangan dimasyarakat Islam Amerika Utara dan Manajer Zakat Dana Nasional serta Koperasi Dana Islam bagi umat Islam di Amerika Utara. Pada tahun 1980, Dr. Monzer Kahf menjadi salah satu anggota pendiri Assosiation Internasional Economic Islam dan Asosiasi Muslim Ilmuan Sosial dari Amerika Serikat dan Kanada. Pada tahun 1985-1999, Dr. Kahf menjadi peneliti ekonomi. Pada tahun 1989-1991, Dr. Kahf menjadi kepala Divisi. Pada tahun 1995-1999, Dr. Kahf menjadi senior Research Economist penelitian Islam dan lembaga pelatihan

dari Islamic Development Bank (IDB) di Jeddah, Arab Saudi.<sup>24</sup>

Selain itu Dr. Monzer Kahf juga seorang penulis yang telah menulis 28 buku dan buklet dalam bahasa Inggris dan bahasa Arab di perbankan dan keuangan Islam, ekonomi Islam, zakat, dan wakaf. Dr. Kahf selain menulis buku, beliau juga menulis lebih dari 100 artikel dalam bahasa Inggris dan Arab pada ekonomi Islam, keuangan public dan swasta Islam, perbankan Islam, zakat, wakaf, serta entri untuk Oxford Encyclopedia of Islam dunia modern.

Berdasarkan beberapa variabel pokok yang telah ditentukan, Kahf menggambarkan cara suatu perekonomian agar bisa bekerja. Variabel tersebut meliputi rasionalisme konsumsi Islam, keseimbangan konsumsi, konsep Islam tentang barang, dan etika konsumsi dalam Islam. Kahf menyatakan bahwa perilaku ekonomi manusia dalam budaya Islam di dominasi 3 prinsip.<sup>25</sup>

#### 1. Kepercayaan Akan hari akhir

Islam menggabungkan kepercayaan akan hari pengadilan dan kehidupan akhirat dengan kepercayaan kepada Allah.

---

<sup>24</sup> Eka Sriwahyuni, *Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf*, AL-INTAJ, Vol. 3, No.1, 2017, h. 173

<sup>25</sup> Saprida dkk, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2021, h. 205



2. Konsep kesuksesan, Islam memandang kesuksesan itu dari segi “ Taat kepada Allah” dan larangan penimbunan harta.
3. Konsep kekayaan, Harta merupakan karunia Allah, maka hendaklah harta diperuntukan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Monzer Kahf dalam melakukan konsumsi memiliki empat prinsip yakni:<sup>26</sup>

1. Rasionalisme Islam

*Rasionalisme* merupakan salah satu istilah dari berbagai istilah dalam ekonomi yang bebas dipergunakan. Teori perilaku konsumsi ini dikembangkan di Barat setelah munculnya kapitalisme adalah sumber dualitas yaitu *rasionalisme* ekonomi dan *utilitarisme*. *Rasionalisme* ekonomi yang menafsirkan perilaku konsumsi yang berlandaskan dengan perhitungan yang cermat, dengan fokus pandangan maju dan mempersiapkan keberhasilan ekonomi yang didefinisikan dengan membuat uang dari manusia. pengukur suatu keberhasilan ekonomi dengan memperoleh harta baik baik uang ataupun komoditas juga menjadi tujuan akhir hidup. Sedangkan

---

<sup>26</sup> Monzer Kahf Ph. D, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 16-17, 18-25

*Utilitarisme* merupakan sumber nilai-nilai dan juga sikap-sikap moral. Teori perilaku konsumsi pada sistem kapitalis telah melewati dua tahap yakni tahap pertama berhubungan dengan *marginalis* berdasarkan teori tersebut pemanfaatan konsumen dengan tegas diukur dengan satuan-satuan pokok. Suatu konsumen akan mencapai keseimbangan pada saat konsumen dapat memaksimalkan antara pemanfaatan dengan keterbatasan penghasilan. Tahap kedua lebih modern mengatur suatu kemungkinan kardinalitas.

Unsur-unsur pokok dari *rasionalisme* meliputi tiga konsep yaitu:<sup>27</sup> pertama konsep keberhasilan. M. N. Siddiqi “ Keberhasilan terletak dalam kebaikannya, semakin tinggi kebaikannya maka dia semakin berhasil”. Kedua, Skala waktu perilaku konsumen. Ada dua hal yang berkaitan dengan skala waktu perilaku konsumen yakni efek langsung dan tidak langsung. Efek langsung akan dirasakan di kehidupan dunia sedangkan efek tidak langsungnya kan dirasakan di kehidupan akhirat. Setiap muslim wajib mempergunakan setiap waktunya untuk mengingat Allah dan harus menyumbangkan sebagian tenaganya untuk menyiarkan kebenaran dan amal shalih juga

---

<sup>27</sup> Eka Sriwahyuni, *Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf*, AL-INTAJ, Vol. 3 No. 1, 2017, h.175

memanfaatkan waktu dan usaha untuk meningkatkan waktu kehidupan spiritual, moral dan ekonomi masyarakat. Ketiga, Konsep harta. Pandangan Islam terhadap harta yakni sebagai anugerah dari Allah, ini didukung oleh hadis Nabi “ Kemiskinan mendekatkan orang kepada kekufuran”. Dalam al-Qur’an orang mukmin merupakan golongan orang yang pada saat membelanjakan hartanya tidaklah berlebih-lebihan tidak mendatangkan keburukan, namun memelihara keseimbangan diantara sikap-sikap tersebut.

## 2. Konsep Islam Tentang Barang

Konsep Islam tentang barang merupakan bahan-bahan konsumsi yang juga baik dan manfaatnya mendatangkan perbaikan baik secara material, moral ataupun spritual pada konsumennya. dalam Islam, barang selain dapat dipertukarkan di pasar, barang juga harus memiliki manfaat secara moral. Al-Qura’an mengartikan barang yang bisa dikonsumsi dengan menghubungkannya pada nilai-nilai moral dan ideologi. Dalam al-Qur’an bentuk barang dikategorikan menjadi dua bentuk yakni: *al-tayyibat*, menurut Yusuf Ali mendefinisikan *al-tayyibat* sebagai “barang yang baik, barang baik dan suci, barang yang bersih dan suci, hal-hal yang baik dan indah dan makanan diantara

yang terbaik”. Dengan demikian konsumsi terikat dengan nilai-nilai dalam Islam, yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian dan keindahan. Kedua, *al-rizq* sebagai “makanan dari Allah, pemberian Allah dan anugerah dari langit”. Ini menunjukkan bahwa dari Allah lah rahmat dan pemasok segala kebutuhan makhluk.<sup>28</sup>

### 3. Etika Konsumsi Dalam Islam

Etika konsumsi dalam Islam ialah tidak kikir, sebab terdapat hak orang lain pada harta yang di miliki. Menggunakan/ mengkonsumsi barang yang baik dengan batas kewajaran atau tidak berlebih-lebihan dalam menggunakan harta. Konsumsi secara berlebih-lebihan ialah ciri masyarakat yang tidak mengenal tuhan atau disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (mengalokasikan harta tanpa manfaat). Dalam hal ini ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang.<sup>29</sup>

Islam memberikan kewajiban bagi setiap manusia untuk membelanjakan harta untuk memenuhi

---

<sup>28</sup> Monzer Kahf Ph.D, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 25

<sup>29</sup> Eka Sriwahyuni, *Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf*, AL-INTAJ, Vol. 3, No. 1, 2017, h. 176-177

kebutuhan dan menafkahkanya di jalan Allah. Seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, dan juga dilarang dalam membelanjakan hartanya untuk hal yang diharamkan. Tidak juga dibenarkan membelanjakan di jalan haram dengan berlebih-lebihan. Hidup sederhana merupakan tradisi Islam yang mulia, baik dalam membeli makanan, minuman, pakaian dan kediaman dan barang lainnya atau dari segi kehidupan apapun.<sup>30</sup>

#### ***E. Skin Care***

Produk *Skin Care* sangatlah beragam jenis dan merk. Perkembangan teknologi membawa kemajuan bagi dunia bisnis. Dalam bisnis media sosial menjadi trend pemasaran bisnis yang modern dengan cara mempromosikan atau memasarkan produk kecantikan pada akun media sosial seperti instagram dengan jasa *Endorsement*. Banyak dan berbagai jenis produk yang bisa di pasarkan salah satunya Produk *Skin Care*. Produk *Skin Care* atau perawatan kulit merupakan tahapan atau rangkaian aktivitas merawat kulit yang dapat mendukung kesehatan pada kulit, yang dapat meningkatkan rasa percaya diri juga dapat membuat kulit terasa ringan. *Skin Care* mempengaruhi penampilan seorang wanita dalam hal mempercantik diri dan kesehatan kulitnya.

---

<sup>30</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h.132

Penampilan yang menarik dengan wajah yang cantik menjadi impian bagi setiap wanita. Namun penampilan yang menarik bukan hanya didapat dari pakaian yang dipakai saja, tetapi adanya dukungan dari kulit yang sehat membuat penampilan lebih menarik. Perawatan kulit dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai produk *Skin Care* yang aman dan sesuai dengan kebutuhan kulit. Perlunya memahami dan mengetahui jenis kulit wajah, normal, kering atau berminyak dan permasalahan kulit yang dialami seperti jerawat, wajah kusam, komedo, atau flek hitam, sebelum memakai produk *Skin Care*.<sup>31</sup>

Produk *Skin Care* ialah produk kecantikan yang mengatasi beragam masalah kulit, seperti menghilangkan jerawat, noda bekas jerawat, menyamarkan bahkan menghilangkan flek diwajah, memutihkan kulit dan memperbaiki kulit kusam. Banyaknya beredar Produk *Skin Care* yang ada dipasaran konsumen dituntut untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk *Skin Care*.<sup>32</sup>

Sebagai seorang muslim hendaklah cermat dalam memilih produk *Skin Care*, seorang muslim haruslah

---

<sup>31</sup> Vadlya Maarif, dkk, *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skin Care Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy*, Jurnal Sain dan Manajemen, Vol. 7, No. 2, 2019, h. 73-74

<sup>32</sup> Liestianti Surya Putri dan Hastaning Sakti, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Produk Skin Care Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*, Jurnal Empati, Vol. 4, No. 2, 2015, h. 122-123

mengonsumsi atau memakai produk *Skin Care* yang halal, baik itu dari bahan baku sampai pengolahannya juga harus sesuai syariat Islam, adanya sertifikat halal dari MUI dan terdapat label halal pada kemasan produk. Meskipun produk *Skin Care* tidak untuk dimakan seperti halnya makanan pokok, namun produk *Skin Care* (perawatan kulit) adalah bagian dari aktivitas konsumsi pemakaian luar yang mempunyai aspek halal, haram dan najis. Maka dari itu haruslah cermat dalam memilih produk *Skin Care* jangan sampai menggunakan produk kecantikan yang didalamnya terdapat kandungan zat haram dan najis.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Zalfa Zahirah Adhania, dkk, *Pengaruh Endorsement Terhadap Minat Membeli Produk Skin Care Halal Pada Mahasiswa Jabodetabek*, EL-IQTISHOD, Vol. 5, No. 2, 2021, h. 75-77,79-80.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu merupakan transformasi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. dengan jarak dari bandara Fatmawati Soekarno Putri Bengkulu yaitu 5 km dan 10 km dari pusat kota.<sup>1</sup> Diterbitkannya peraturan presiden (perpres) RI No. 45 tahun 2021 mengenai Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu telah menetapkan perubahan status dari IAIN Bengkulu menjadi UINFAS Bengkulu.<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu didirikan pada tanggal 11 Maret 202. berdasarkan peraturan presiden RI No.45 tahun 2021 tentang UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu pada tanggal 25 April 2012, perubahan atas peraturan Presiden RI No.51 tahun 2012 tentang perubahan STAIN Bengkulu Menjadi IAIN Bengkulu.<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Fatmawati (UINFAS) Bengkulu yang dipimpin oleh Prof. Dr. H. Zulkarnain Dali,

---

<sup>1</sup> Tim, *10 Tahun STAIN Bengkulu Mengabdi*, (Bengkulu: STAIN Bengkulu Publising, 2007), h.30

<sup>2</sup> Yessi Vina Winata, *Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Dalam Penggunaan Paket Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam*, Skripsi: IAIN Bengkulu, 2021,h.49

<sup>3</sup> [Uinfasbengkulu.ac.id](https://uinfasbengkulu.ac.id), Visi & Misi – UINFAS Bengkulu, <https://uinfasbengkulu.ac.id/index.php/visi-misi>, 1 Februari 2022, pukul 10:02



M.Pd. dengan jabatan sebagai rektor UINFAS Bengkulu. UINFAS Bengkulu memiliki luas 73 Ha. Terletak di Jl. Raden Fatah, Pagar Dewa, Kota Bengkulu. UINFAS Bengkulu memiliki 4 fakultas yaitu Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Tarbiyah dan Tadris, dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwa. dengan total prodi berjumlah 24 prodi strata-1 dan 5 prodi Strata-2 atau Magister.<sup>4</sup>

## **B. Struktur Organisasai UINFAS Bengkulu**

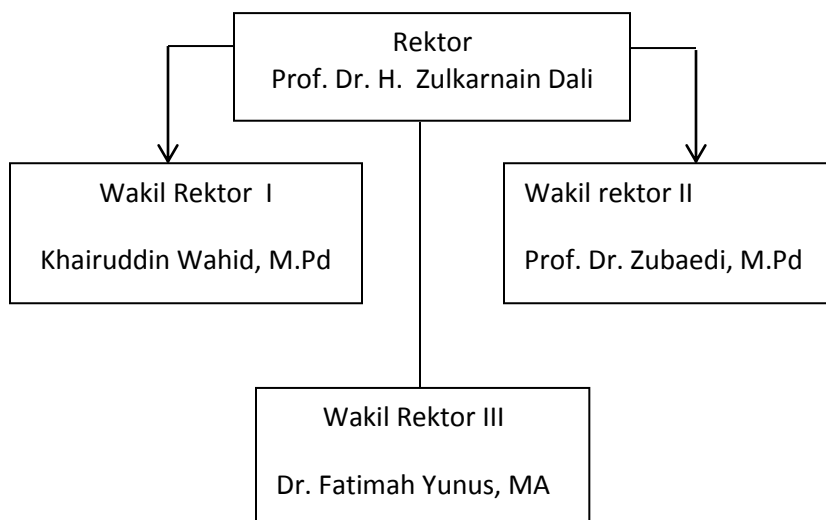
Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS), memiliki 3 wakil rektor yaitu Dr. H. Khairuddin Wahid, M.Pd menjabat sebagai wakil rektor I bidang akademik, Prof. Dr. Zubaedi, M.Pd menjabat sebagai wakil rektor II bidang administrasi umum, dan Dr. Fatimah Yunus, MA menjabat sebagai wakil rektor III bidang kemahasiswaan.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> WIKIPEDIA, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Fatmawati_Sukarno_Bengkulu) 1 Februari 2022, pukul 15:28

<sup>5</sup> Uinfasbengkulu, Visi & Misi-UINFAS Bengkulu,  
<http://uinfasbengkulu.ac.id/index.php/visi-misi>, 1 Februari 2022, pukul 20:15

**Gambar 3.1 Struktur Organisasi UINFAS Bengkulu**



### **C. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UINFAS Bengkulu adalah salah satu fakultas di UINFAS Bengkulu berdasarkan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia (PMA RI) Nomor 30 Tahun 2015. Seiring dengan pesatnya perkembangan lembaga keuangan syariah dan non perbankan menjadi salah satu pendorong UINFAS Bengkulu mendirikan fakultas dengan pendidikan khusus Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mempunyai 4 program studi yaitu:

1. Prodi Ekonomi Syariah
2. Prodi Perbankan Syariah
3. Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf
4. Prodi Manajemen Haji dan Umrah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) juga memiliki sarana dan prasarana yang meliputi:

1. Galeri Investasi Syariah (GIS)
2. Laboratorium Perbankan Syariah
3. Laboratorium Zakat dan Wakaf

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) melalui program studi yang dimiliki telah melahirkan banyak alumni yang kompeten. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dikembangkan dengan sains dan kewirausahaan agar terciptanya ekonomi masyarakat baik dan bersih.

Visi :

Unggul dalam kajian dan pengembangan ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara tahun 203.

Misi :

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan profesional dalam ekonomi dan bisnis Islam.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.

3. Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis pada pemberdayaan.
4. Menjalinkan kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan swasta di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

Tujuan :

1. Menghasilkan lulusan yang berkualitas secara akademis dan moral serta berorientasi global dalam bidang ekonomi dan manajemen syariah
2. Menyelenggarakan pendidikan berlandaskan prinsip-prinsip tata kelola organisasi yang baik dan sehat
3. Meningkatkan kuantitas dan kualitas dosen untuk menghadapi persaingan global
4. Meningkatkan kualitas penelitian dalam bidang ekonomi dan manajemen syariah yang diorientasikan pada keunggulan global
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang ekonomi dan manajemen syariah
6. Memperluas kerja sama strategis dengan pemerintah, dunia industri, dan lembaga-lembaga pendidikan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, [http://febi.uinfasbengkulu.ac.id/?page\\_id=218](http://febi.uinfasbengkulu.ac.id/?page_id=218), 15 Februari 2022, Pukul 11:34

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Pada hasil penelitian, peneliti akan memaparkan data dan hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan rumusaan masalah yaitu, bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi terhadap produk *Skin Care* dan bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi terhadap produk *Skin Care* perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf. Data dari informan penelitian disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Informan Penelitian**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Usia</b>
1	Eca Nupita Sari	Eksya	22
2	Yefi Juliarizka	Eksya	21
3	Nola Tri Febilia	Eksya	22
4	Yeni Sasmita Putri	Eksya	21
5	Novi Winda Sari	Eksya	21
6	Melisa Septiara	PBS	21
7	Anggel Purwaningsih	PBS	24
8	Santi Gantari	PBS	21
9	Ulan Kridayanti	PBS	22
10	Zitri Rajipa	PBS	21
11	Tri Santya	Maharo	22
12	Vadela Erdiani	Maharo	21

13	Bella Fadillah	Maharo	21
14	Hellen Oktarina	Maharo	21
15	Selfia Agustina	Maharo	21
16	Mila Mayang Utami	Mazawa	22
17	Sena Dwi Andika	Mazawa	21
18	Dwi Rustalina	Mazawa	22
19	Noppia Anggraini	Mazawa	22
20	Rara Monica	Mazawa	22

*Sumber: Data diolah tahun 2022*

Pelaksanaan wawancara pada informan terdapat 8 pertanyaan. Hasil wawancara disajikan dalam bentuk transkrip, data akan diinterpretasikan, mereduksi data, menyajikan data dan melakukan verifikasi data untuk ditarik kesimpulan.

### **1. Perilaku konsumsi mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care***

Dari hasil penelitian, pada mahasiswi UINFAS Bengkulu. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Mengetahui mengenai teori konsumsi Islam, informan berpendapat mengenai konsumsi dalam Islam.

Novi Winda Sari (21), “Konsumsi dalam Islam yaitu etika konsumsi seseorang berdasarkan dengan ajaran-ajaran dalam syariat Islam”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Novi Winda Sari, Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Wawancara Senin, 4 April 2022

Melisa Septiara (21), “Konsumsi dalam Islam ialah kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup jasmani dan rohaninya, namun tidak berlebihan dalam melakukan konsumsi, dan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat”.<sup>2</sup>

Hellen Oktarina (21), “Konsumsi dalam Islam yaitu Islam mengatur dalam melakukan konsumsi sesuai dengan kebutuhan”.<sup>3</sup>

Yeni Sasmita Putri (21), “Konsumsi dalam Islam merupakan suatu kegiatan menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Islam mengajarkan dalam melakukan konsumsi tidak boleh berlebih-lebihan”.<sup>4</sup>

Selfia Agustina (21), “Konsumsi Islam yaitu menggunakan atau mengkonsumsi sesuai dengan syariat Islam dengan mengkonsumsi barang yang halal dan tidak boleh berlebih-lebihan, tidak boleh boros”.<sup>5</sup>

Konsumsi memang tidak akan pernah lepas dari kehidupan setiap makhluk seperti halnya manusia. Manusia memerlukan konsumsi untuk kelangsungan hidupnya. Cara mengkonsumsi setiap manusia berbeda-beda dalam mengalokasikan hartanya untuk mengkonsumsi barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu yang sering di konsumsi dikalangan mahasiswi sekarang ialah produk *Skin Care*.

---

<sup>2</sup> Melisa Septiara, Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2018, Wawancara Rabu, 6 April 2022

<sup>3</sup> Hellen Oktarina, Mahasiswi Manajemen Haji dan Umroh Angkatan 2018, Wawancara Senin, 4 April 2022

<sup>4</sup> Yeni Sasmita Putri, Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Wawancara Selasa, 5 April 2022

<sup>5</sup> Selfia Agustina, Mahasiswi Manajemen Haji dan Umroh Angkatan 2018, Wawancara Selasa. 5 April 2022

*Skin Care* ini banyak dikonsumsi karena dianggap sebagai suatu kebutuhan.

Seperti pernyataan, Dwi Rustalina (22), “ Saya seorang pengguna produk *Skin Care* dari 2017 artinya sudah 6 tahun saya menjadi pengguna produk *Skin Care*, saya menggunakan produk *Skin Care* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saya, saya juga sering mengganti merk *Skin Care* akibat dari mudahnya saya terpengaruh oleh iklan, media sosial, dan juga teman akibat dari seringnya berganti merk *Skin Care* ini banyak produk *Skin Care* yang tidak terpakai dan saya jadikan koleksi, gaya hidup dan uang dari orang tua sangat mempengaruhi terhadap mengonsumsi produk *Skin Care* “. <sup>6</sup>

Yefi Juliarizka (22), “ saya termasuk golongan pengguna *Skin Care*, saya sudah menggunakan produk *Skin Care* Ini 2018 awal masuk kuliah. *Skin Care* sudah menjadi kebutuhan bagi saya, dari awal menggunakan Produk *Skin Care* saya sangat sering berganti merk *Skin Care*, melihat trend *Skin Care* dari iklan, sosial media dan pengaruh dari teman juga. Produk *Skin Care* yang sudah tidak terpakai biasanya saya jual, jika tidak terjual maka saya buang saya tidak mengklolleksinya. Gaya hidup dan keuangan dari orang tua sangat mempengaruhi saya mengonsumsi produk *Skin Care*”. <sup>7</sup>

Try Santya (22), “ Saya menggunakan produk *Skin Care* , penggunaan berbagai macam merk produk-produk *Skin Care* dimulai sejak SMP semakin tertarik dan sering bergonta ganti merk produk *Skin Care* saat duduk dibangku SMA sampai dengan sekarang, sehingga banyak sekali produk *Skin Care* yang saya pakai hingga yang tidak terpakai lagi dari berbagai merk. Dan banyak *Skin Care* yang tidak terpakai karena sudah tidak layak dipakai dan pada akhirnya harus di buang”. Pembelian produk

---

<sup>6</sup> Dwi Rustalina, Mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf Angkatan 2018, Wawancara Rabu, 6 April 2022

<sup>7</sup> Yefi Juliarizka, Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Wawancara Selasa, 5 April 2022



*Skin Care* ini dari uang bulanan yang dikirim oleh orang tua untuk pembelian *Skin Care* ini juga tidak setiap bulannya .<sup>8</sup>

Eca Nupita Sari (23), “ saya seorang pengguna *Skin Care*, bahkan bisa dibilang saya pencinta *Skin Care* dan pengkoleksi. Saya sudah menggunakan produk *Skin Care* dari semester 3 sampai dengan sekarang, *Skin Care* tidak terlalu menjadi kebutuhan, karena saya hanya menggunakan *Skin Care* itu saat awal dibeli, di saat saya rasa tidak ada pengaruh di wajah saya maka saya akan jarang menggunakannya kembali. Adanya iklan, sosial media, dan juga teman membuat saya sering berganti merk *Skin Care* yang pada akhirnya banyak produk *Skin Care* tidak terpakai lagi bahkan sampai kadaluarsa. Gaya hidup mempengaruhi dalam penggunaan *Skin Care*”.<sup>9</sup>

Dari pernyataan diatas, Menunjukkan mahasiswa UINFAS Bengkulu sudah mengetahui bagaimana konsumsi dan perilaku konsumsi yang diajarkan didalam Islam yang. Namun pengetahuan itu tidak di implementasikan terlihat dari pernyataan mahasiswa-mahasiswa UINFAS mengenai penggunaan atau pemakaian produk *Skin Care*. Penggunaan produk *Skin Care* yang berlebih-lebihan, pemborosan terhadap produk *Skin Care* konsumsi yang dilakukan menimbulkan perilaku pemborosan yang dilarang dalam Islam. Tidak mencerminkan prinsip kesederhanaan seorang muslim dalam hal mengkonsumsi barang /jasa

---

<sup>8</sup> Try Santya, Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Wawancara Kamis, 7 April 2022

<sup>9</sup> Eca Nupita Sari, Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Wawancara Jumat, 8 April 2022

## 2. Perilaku konsumsi Mahasiswi perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf

Monzer Kahf dalam melakukan konsumsi memiliki empat prinsip: Rasionalisme Islam, Konsep Islam Tentang Barang, Etika Konsumsi Dalam Islam.<sup>10</sup>

Dari hasil penelitian, pada perilaku konsumsi mahasiswi UINFAS Bengkulu. Jika dilihat dari sudut pandang teori konsumsi Islam Monzer Kahf masih belum sepenuhnya sesuai. Dilihat dari pernyataan mahasiswi UINFAS Bengkulu mengenai Rasionalisme Islam dan Konsep Islam tentang barang.

Rara Monica (22), produk *Skin Care* yang saya pakai termasuk ke golongan barang *al-tayyibat*, saya dalam membeli produk *Skin Care* tentunya memilih produk yang sudah ada BPOM nya karna saya merasa lebih aman dalam mengaplikasikan produk *Skin Care* pada wajah. dan juga tidak lupa mempertimbangkan antara harga, kwalitaas dan manfaat produk yang akan saya pakai, untuk menyesuaikan dengan keuangan, kecocokan dengan kulit dan tidak lupa melihat review mengenai produk”.<sup>11</sup>

Dwi Rustalina (22), saya kurang tau sudah termasuk atau belum ke kategori barang *al-tayyibat* karna saya menggunakan berbagai merk *Skin Care* dari yang sudah ber BPOM sampai dengan produk *Skin Care* yang belum BPOM. Saya juga menimbang antara harga dan manfaat produk *Skin Care* yang akan saya beli, apakah

---

<sup>10</sup> Eka Sriwahyuni, *Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf*, AL-INTAJ, Vol.3 No.1, 2017,h.176-177

<sup>11</sup> Rara Monica, Mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf Angkatan 2018, Wawancara Kamis, 7 April 2022

cocok degan kulit dan kontong saya baru saya akan memutuskan untuk membelinya”.<sup>12</sup>

Lebih lanjut mengenai Etika konsumsi dalam Islam.

Santi Gantari (21), “ ketika saya mengganti merk produk *Skin Care* yang saya pakai dengan yang baru maka produk *Skin Care* yang lama tidak dipakai lagi *Skin Care* nya biasanya saya susun dengan rapi dan ujungnya jadi pajangan”.<sup>13</sup>

Nola Tri Febilia (22), "saya sering berganti merk *Skin Care* kalau saya sudah mengganti merk *Skin Care* maka *Skin Care* yang lama tidak akan saya pakai lagi, *Skin Care* nya saya simpan dikosan kadang jika menurut saya sudah terlalu banyak ya saya buang saja”.<sup>14</sup>

Rara Monica (22),” saya menggunakan produk *Skin Care* sudah 3 tahunan meskipun tergolong belum lama namun saya sangat sering mengganti produk *Skin Care*, karna saya sangat sering keracunan produk *Skin Care* Tik-Tok, dan sosial media. saya sangat suka membeli produk *Skin Care* dan banyak sekali produk *Skin Care* yang tidak terpakai dikosan”.<sup>15</sup>

Dilihat dari pertanyaan diatas, menunjukkan dalam mengonsumsi produk *Skin Care*, mereka menimbang antara harga, dan manfaat yang akan mereka dapat, dalam artian mereka tidak sembarang dalam membeli produk *Skin Care*. Islam mengajarkan kita untuk mengkonsumsi barang yang baik, halal, bersih. Seharusnya produk *Skin*

---

<sup>12</sup> Dwi Rustalina, Mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf, Wawancara Rabu, 6 April 2022

<sup>13</sup> Santi Gantari, Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2018, Wawancara Rabu, 6 April 2022

<sup>14</sup> Nola Tri Febilia, Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Wawancara Jumat, 8 April 2022

<sup>15</sup> Rara Monica, Mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf Angkatan 2018, Wawancara Kamis, 7 April 2022

*Care* yang dipakai sudah BPOM. Namun masih ada yang memakai produk non BPOM. Terlihat bahwa perilaku konsumsinya tidak sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam.

## **B. Pembahasan**

### **1. Perilaku konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care***

Konsumsi tidak akan pernah lepas dari aktivitas kehidupan manusia. Konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat. Perilaku konsumsi bukan hanya dalam hal mengkonsumsi dan minuman saja, namun juga mengkonsumsi seperti baju, kendaraan dan barang-barang lainnya.<sup>16</sup> Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mahasiswi UINFAS Bengkulu sudah mengetahui teori konsumsi dalam Islam. Namun belum diimplementasikan didalam aktivitas konsumsi sehari-harinya. Dalam melakukan konsumsi terhadap produk *Skin Care* mahasiswi UINFAS Bengkulu belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Dalam aktivitas konsumsi mahasiswi terhadap produk *Skin Care* terdapat pemborosan dan berlebihan. Didalam Islam kita dilarang melakukan

---

<sup>16</sup> Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h.85

konsumsi secara berlebih-lebihan. Seperti Firman Allah QS.al-A'raf: 31

﴿ يَبْنِي ۚءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

*Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.*

Perilaku konsumsi mahasiswa terhadap produk *Skin Care* tidak mencerminkan prinsip konsumsi dalam Islam yakni prinsip kesederhanaan. Pada prinsip ini berbicara mengenai perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas konsumsi secara berlebih-lebihan. Kekurang makanan menimbulkan dampak bagi tubuh sedangkan kelebihan makanan juga menimbulkan dampak buruk bagi tubuh. Dalam hal ini melakukan konsumsi haruslah seimbang. Perbuatan yang melampaui batas wajar,

pemborosan, yaitu menghamburkan harta tanpa manfaat mengikuti hawa nafsu sangat dilarang dalam Islam.<sup>17</sup>

Dari hasil penelitian, ada beberapa faktor penyebab yang mempengaruhi perilaku konsumsi produk *Skin Care* dikalangan mahasiswi.

a. Media sosial

Berbagai macam merk produk *Skin Care* banyak dipromosikan dalam media sosial. Berbelanja produk *Skin Care* bisa dilakukan secara online tanpa harus pergi ke stor dan tanpa bertatap muka dengan penjual. Dan pembayaran bisa dilakukan dengan sistem COD atau tun Transfer.

b. Uang bulanan dari orang tua

Uang bulanan dari orang tua sangat mempengaruhi perilaku berbelanja *Skin Care* bagi mahasiswi yang tidak memiliki pekerjaan dan pendapatan selain dari orang tua. Uang bulanan dipergunaan bukan hanya untuk kebutuhan pokok tetapi juga untuk kebutuhan lainnya.

c. Gaya hidup

Gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman maka akan mengikuti trend hidup , salah satunya trend terhadap merk *Skin Care*.

---

<sup>17</sup> Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2016), h.106

d. Teman/lingkungan

Lingkungan mempengaruhi perilaku konsumsi terhadap produk *Skin Care*. Banyak bukti fisik pemakaian produk *Skin Care* yang dihatakan menambah minat terhadap merk produk *Skin Care* tersebut.

Faktor-faktor ini yang menjadi pemicu mahasiswa menjadi boros dalam membelanjakan harga/uang, mubazir terhadap produk *Skin Care* seringnya berganti merk *Skin Care* akibat dari media sosial dan gaya hidup mewah. Sehingga konsumsi mahasiswa menjadi berlebihan dan mereka hanya akan mendapatkan manfaatnya saja.

Islam berpandangan bahwa hal yang paling utama untuk didapatkan pada aktivitas konsumsi adalah *Maslahah*. Ada dua kandungan yang terdapat dalam *Maslahah* yaitu Manfaat dan Berkah. Untuk mendapatkan kandungan tersebut maka dalam melakukan konsumsi haruslah barang yang halal, baik dari sifat zat, cara mendapatkan dan memanfaatkannya. Dengan konsumsi barang halal akan bernilai kepatuhan kepada Allah SWT dengan balasan yang akan didapat yaitu pahala dan manfaat dari barang yang dikonsumsi.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Dina Kurnia Salwa, Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3 No. 1, 2019, h. 67

## **2. Perilaku konsumsi mahasiswi terhadap produk Skin Care perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf**

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa perilaku konsumsi yang diimplementasikan mahasiswi UINFAS Bengkulu terhadap produk *Skin Care* belum sepenuhnya sesuai dengan teori konsumsi Islam Monzer Kahf.

Monzer Kahf melakukan konsumsi dengan prinsip:<sup>19</sup>

### **a. Rasionalisme Islam**

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa mahasiswi UINFAS Bengkulu melakukan pertimbangan untuk membelanjakan harta/uangnya untuk membeli produk *Skin Care*, mereka mempertimbangkan antara harga dan manfaat yang akan didapat dari produk *Skin Care* yang akan dikonsumsi.

### **b. Konsep Islam Tentang Barang**

Hasil penelitian menunjukkan belum sepenuhnya mahasiswi UINFAS Bengkulu memperhatikan konsep barang didalam Islam, didalam mengkonsumsi produk *Skin Care* mahasiswi UINFAS Bengkulu masih ada yang mengkonsumsi/menggunakan produk *Skin*

---

<sup>19</sup> Monzer Kahf Ph. D, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 16-17, 18-25



*Care* yang tidak BPOM. Produk yang tidak BPOM diragukan akan kehalalan, keindahan/kebersihan dan kesuciannya.

c. Etika Konsumsi Dalam Islam

Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa UINFAS Bengkulu dalam mengkonsumsi produk *Skin Care*, belum mencerminkan etika konsumsi seorang muslim, terlihat berlebihan dalam mengkonsumsi produk *Skin Care*, sehingga menimbulkan sifat pemborosan dan mubazir dalam aktivitas konsumsinya.

Dari hasil wawancara terhadap mahasiswa, konsumsi yang dilakukan belum sepenuhnya memperhatikan konsep Islam tentang barang dan etika konsumsi dalam Islam yang benar. Dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan mereka. Mereka melakukan konsumsi secara berlebihan sehingga nilai guna suatu barang tidak dimanfaatkan dengan baik sehingga menimbulkan pemborosan, mubazir dan masih menggunakan produk yang belum ada BPOM.

Dalam Islam kita dianjurkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang baik, halal, bersih, suci dan sesuai dengan kebutuhan agar tidak berlebihan dan tidak adanya pemborosan. Islam melarang adanya sifat boros. Seperti dalam firman Allah QS.Al-Isra:27

ص  
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ

وَمَا كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

*Artinya: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

Memiliki kesadaran dalam hal konsumsi sangat penting, manusia dalam mengkonsumsi sering khilaf mengikuti keinginan dan hawa nafsu yang tinggi. Ketidakpuasan sering menjadi pemicu manusia melakukan konsumsi yang berlebih-lebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan mubazir didalam aktivitas konsumsinya. karna memang pada dasarnya manusia tidak akan pernah puas dengan apa yang dicapai.

Dari Anas r.a, Rasulullah SAW bersabda, “Seandainya seorang manusia mempunyai harta sebanyak dua lembah niscaya ia akan mencarinya lembah yang ketiga dan tidak akan penuh mulut manusia itu kecuali dengan tanah (kematian) dan Allah akan mengampuni orang yang bertobat”. (HR. Bukhari dan Muslim).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Idri, *Hadis Ekonomi ( Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Kencana, 2015

Dari hadist diatas sangat lah jelas bahwa segala sesuatu itu akan berhenti dengan adanya kematian. Seperti halnya konsumsi, manusia tidak akan pernah berhenti mengkonsumsi. Konsumsi yang berlebihan, melakukan pemborosan dan mubazir akan terus terjadi sampai kematian yang menghentikan. Kecuali manusia itu memiliki kesadaran dan niat untuk bertaubat kepada Allah swt.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu dalam mengkonsumsi *Skin Care* cenderung kepada hawa nafsu dan keinginan dengan *ekspektasi* yang tinggi terhadap berbagai merek produk *Skin Care* yang memicu terjadinya pergantian produk *Skin Care*, perilaku ini menyebabkan konsumsi menjadi berlebihan, timbulnya pemborosan dan mubazir dalam aktivitas konsumsi. Perilaku konsumsi mahasiswi terhadap produk *Skin Care* tidak mencerminkan prinsip konsumsi seorang muslim.
2. Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care* perspektif teori konsumsi Islam Monzer Kahf. Belum sejalan antara teori dengan fakta yang ada. Perilaku konsumsi terhadap produk *Skin Care* dikalangan mahasiswi UINFAS Bengkulu dalam rasionalisme dalam mengkonsumsi produk *Skin Care* dengan mempertimbangkan antara harga dan manfaat yang akan didapat. Namun dalam penggunaan barang belum sesuai dengan konsep barang dalam Islam.

Mahasiswi UINFAS Bengkulu masih ada yang menggunakan produk tidak BPOM yang mana produknya tidak terkategori barang *Al-tayyibat*, diragukan akan kehalalan, kesucian dan kebersihannya suatu produk. Dalam etika konsumsi mahasiswi belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam. yang mana mengkonsumsi dengan berlebih-lebihan, pemborosan, dan mubazir. Islam sangat menganjurkan mengkonsumsi sesuatu dengan batas wajar (tidak berlebih-lebihan), pemborosan, dan mubazir.

## **B. Saran-saran**

1. Bagi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan sumbangan bagi pengembangan studi kepustakaan UINFAS Bengkulu dan sumber bacaan mahasiswi UINFAS Bengkulu dengan harapan dapat membenahi perilaku mahasiswi UINFAS Bengkulu dalam melakukan aktivitas konsumsi melalui proses pembelajaran.

2. Bagi Mahasiswi UINFAS Bengkulu

Diharapkan dapat mengimplementasikan pengetahuan mengenai konsumsi dalam Islam dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Konsumsilah barang sesuai dengan kebutuhan dan tidak berlebihan ini akan

membuat kita terhindar dari sifat boros, baik itu pemborosan terhadap barang atau pun keuangan . Mengubah perilaku konsumsi menjadi lebih baik maka kamu akan menemukan manfaat dan kepuasan atas barang yang dikonsumsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto dan Euis Amalia. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada media. 2016.
- Al Arif, Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik)*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2020
- Adhania, Zalfa Zahirah,dkk. “Pengaruh Endorsement Terhadap Minat Membeli Produk Skin Care Halal Pada Mahasiswa Jabodetabek”. *EL-IQTISHOD*. Vol.5. No.2. 2021
- A'yunina, Qurotul. *Analisis Pola Prilaku Konsumsi Keluarga TKI Sumberagung Rejotangan Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Satu Tulungagung: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011.
- Corinna, Nidia Arlinda dan Eko Fajar Cahyono. “Pola Prilaku Konsumsi Generasi Melenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf”. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol.6 No.2. 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Airlangga.

Chaudhry, Sharif Muhammad. *Sistem Ekonomi Islam (Prinsip Dasar)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2016

Djam'an, dan Aan Komariah. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2009.

Fitriani, Delsi. Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Pembelian Sepeda Motor Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi UIN SUSKA RIAU. 2015.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
[http://febi.uinfabengkulu.ac.id/?page\\_id=218](http://febi.uinfabengkulu.ac.id/?page_id=218), 15  
Februari 2022, Pukul 11:34

Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Depok :  
Rajawali. 2017.

Hasnira. *Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017.

Hamid, Abdul. "Teori Konsumsi Islam dalam Peningkatan Ekonomi Umat". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.3 No.2. 2018. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.



Hayati, Amal, Dkk. “Kontribusi Pengendalian Diri dan Kesesuaian Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif”. *Jurnal Internasional Konseling Terapan dan Ilmu Sosial*. Vol.012 No. 01. 2020. Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Padang.

Hidayah, Nurul dan Ali Imron. “Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pengguna Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya”. *Paradigma*.Vol.2 No.3. 2014. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya.

Idri. *Hadis Ekonomi ( Ekonomi dalam perspektif hadis nabi )*. Jakarta: Kencana. 2015.

Jenita Dan Rustam. “Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.Vol.2 No.1. 2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Jonathan, Sarwono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Ghara Ilmu. 2006.

Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.

Kusuma, Aryanti Muhtar.dkk. “Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skin Care Pada Generasi Millenial di Kabupaten Kudus”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.8 No.2. 2020. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

Melis. Prinsip Dasar dan Batasan Konsumsi. *Islamic Banking*. Vol. 1 No. 1. 2015

Machmud, Amir. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2016.

Machfudz, Masyhuri dan M. Nurhadi Sujoni. *Teori Ekonomi Makro*. UIN-MALIKI: Malang. 2016

Maarif, Vadlya. Dkk. Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skin Care Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *Jurnal Sain dan Manajemen*. Vol. 7 No. 2. 2019

Margo, S. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2000.

Muazzinnur, Perilaku Konsumsi Trend Pakaian Di Kalangan Mahasiswi, *Jom FiSIP*, Vol. 1, No. 2, 2014

Nurohman, Dede. *Memahami Dasar- Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Tera. 2011.

Putri, Liestianti Surya. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Produk Skin Care Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro”. *Jurnal Empati*. Vol.4. No.2. 2015. Fakultas Psikologi Universitas Ponegoro.

Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press 1997

Ramдания, Wida. dkk. “Konsep Konsumsi dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*. Vol.VII No.14. 2020. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Saprida dkk. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2021

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2018.

Sumar'in. *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2013.

Sari, Asri Wulan dan Rachma Indrarini. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Muslim Dalam Berbelanja Skin Care di Pemakasan. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol.4 No.2.2021. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya.

Sriwahyuni, Eka. “Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf”. *Jurnal Al-INTAJ*. Vol.3. No.1.2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Suryabrata, Sumadi. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1998.

Salwa, Dina Kurnia. “Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam dan Implementasinya”. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*. Vol.3 No.1. 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Nahdlatul Utama Kebumen.

Tim. *10 Tahun STAIN Bengkulu Mengabdi*. (Bengkulu: STAIN Bengkulu Publising. 2007)

Triana, Nena. *Perilaku Konsumsi Bengkulu Hijabers Community (BHC) Dalam Berbusana Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. IAIN Bengkulu. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017

Uinfasbengkulu. “Visi & Misi-UINFAS Bengkulu”,  
<http://uinfasbengkulu.ac.id/index.php/visi-misi>. 1  
Februari 2022. pukul 20:15

.WIKIPEDIA. “Universitas Islam Negeri Fatmawati  
Sukarno Bengkulu”.  
[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Universitas\\_Islam\\_Negeri\\_Fatmawati\\_Sukarno\\_Bengkulu](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Fatmawati_Sukarno_Bengkulu) 1 Februari  
2022, pukul 15:28

Wahyudi, Ickhsanto. *Ekonomi Syariah*. Padang: PT Globa  
Eksekutif Teknologi. 2022

Wirasari, Ira. Kajian Kecantikan Kaum Perempuan Dalam  
Iklan, *Demandia*, Vol. 01 No.02, 2016.

Winata, Vina Yessi. *Perilaku Konsumsi Generasi Milenial  
Dalam Penggunaan Paket Data Internet Perspektif  
Etika Konsumsi Islam*. Skripsi: IAIN Bengkulu.  
2021.

L

A

M

P

I

R

A

N









## FORM 1 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR SKRIPSI

## I. Identitas Mahasiswa

Nama : DESI NOPITA SARI  
 N I M : 1811130032  
 Prodi : Ekonomi SYARIAH  
 Semester : 7 (Tujuh)

## II. Judul Yang Diajukan (Disertai Latar Belakang Masalah dan Rumusan Masalah):

1. Judul 1\*: ANALISIS POLA KONSUMSI TERHADAP PRODUK  
 SKIN CARE DI TINJAU DARI KONSUMSI ISLAM

Latar Belakang Masalah\*\*: (Lampirkan)

Rumusan Masalah\*\*\*: (Lampirkan)

2. Judul 2\*: .....

Latar Belakang Masalah\*\*: (Lampirkan)

Rumusan Masalah\*\*\*: (Lampirkan)

3. Judul 3\*: .....

Latar Belakang Masalah\*\*: (Lampirkan)

Rumusan Masalah\*\*\*: (Lampirkan)

## III. Proses Konsultasi

## 1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan: Bisa dilanjutkan

Pengelola Perpustakaan

22/11/21

A. N. Juningsih, M. E. K

## 2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan: Dapat dilanjutkan

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

30/11/21

Amimah Aetarine, ME

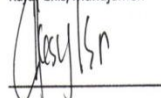
## IV. Judul Yang Disahkan

Penunjukkan Dosen Penyeminar:

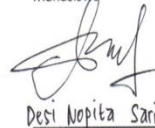
Bengkulu, .....

Mengesahkan

Kajit Ekis/Manajemen



Mahasiswa

  
 Desi Nopita Sari

\* Jelas, spesifik, tidak disingkat, rentang 6 (enam) sampai dengan 12 (dua belas) kata

\*\* Minimal 5 (lima) paragraf berisi ide atau gagasan yang mengungkapkan masalah penelitian (kesenjangan antara ideal/teori dan praktek/pelaksanaannya)

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Nopita Sari  
 NIM : 1811130032  
 Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	<p>Perbaiki Teknik pengambilan sample</p> <p>Perbaiki penulisan, keaktifan pedoman</p>	<p>Jelaskan Teori konsumsi Islam Monzer Khalif</p> <p>Maklumkan Teori konsumsi Islam Monzer Khalif pada bab sudah</p> <p>Kajilah teori</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perilaku</li> <li>- Monzer Khalif</li> <li>- Sku care</li> </ul>

Bengkulu, 31 Desember 2021  
 Penyeminar,



Amimah Oktarina, ME  
 NIP. 199210212018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

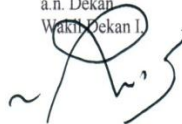
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Jumat, 31 Desember 2021  
Nama Mahasiswa : Desi Nopita Sari  
NIM : 1811130032  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
ANALISIS POLA KONSUMSI TERHADAP PRODUK <i>SKIN CARE</i> DITINJAU DARI KONSUMSI ISLAM (Studi Mahasiswi Ekonomi Syariah Semester 7 Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu)	 DESI NOPITA SARI	 Ammah defarina ME

Mengetahui,  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP 196606161995031003



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO  
(UINFAS) BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu. Telp. 0736 – 51171 Fax. 0736 –  
51171

Email: @iainbengkulu.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Desi Nopita Sari  
NIM : 1811130032  
Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa setelah dilakukan seminar proposal pada hari Jumat tanggal 31  
Desember 2021 atas saran dan perbaikan dari penyeminan maka proposal dengan

judul : Analisis Pola Konsumsi Terhadap Produk *Skin Care* Ditinjau Dari  
Konsumsi Islam (Studi Mahasiswi Ekonomi Syariah Semester 7 Universitas Agama Islam  
Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu)

diubah menjadi : Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif  
Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf ( Studi Mahasiswi Universitas Agama Islam Negeri  
Fatmawati Sukarno(UINFAS) Bengkulu)

namun secara substansi masalah penelitian tidak ada perubahan.

Demikian surat keterangan ini, sebagai bukti bahwa judul yang direvisi bisa  
diteruskan untuk diteliti.

Bengkulu, 12 Januari 2022

Peneliti

**Desi Nopita Sari**

Mengetahui  
Pengelola Perpustakaan FEBI

**Ayu Yuningsih, M.E.K**

Penyeminar

**Amimah Oktarina M.E**  
NIP: 199210212018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

### SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0127/U.n.23/F.IV/PP.00.9/01/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri( IAIN ) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Drs. M. Syakroni, M. Ag  
NIP. : 195707061987011003  
Tugas : Pembimbing I  
2. N A M A : Amimah Oktarina, ME  
NIP. : 199210212018012001  
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N a m a : Desi Nopita Sari  
Nim. : 1811130032  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Tugas Akhir : Perilaku Konsumsi Mahasiswa Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu).

Keterangan : Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 19 Januari 2022  
Dekan,



Tembusan :  
1. Wakil Rektor I  
2. Dosen yang bersangkutan  
3. Mahasiswa yang bersangkutan  
4. Arsip

## PEDOMAN WAWANCARA

Dengan Judul Skripsi :

“ Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care*  
Perspektif Toeri Konsumsi Islam Monzer Kahf ( Studi  
Mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno  
Bengkulu) ”.

Nama : Desi Nopita Sari  
NIM : 1811130032  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

---

### Biodata Informan

Nama :  
Usia :  
Prodi :  
Semester :

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCAR

1. Apakah saudara mengetahui teori konsumsi dalam Islam ?
2. Apakah saudara seorang pengguna produk *Skin Care* ?
3. Apakah produk *Skin Care* yang saudara konsumsi termasuk kedalam kategori barang *al-tayyibat* ?
4. Apakah saudara menimbang antara harga dan manfaat sebelum memutuskan membeli/mengkonsumsi produk *Skin Care* ?

5. Sudah berapa lama saudara menggunakan produk *Skin Care* ?
6. Apakah saudara sering berganti merk produk *Skin Care* dan bagaimana dengan produk *Skin Care* yang digantikan dengan merk *Skin Care* yang baru? Apakah akan menjadi pajangan ?
7. Apakah saudara termasuk kepada golongan pecinta *Skin Care* yang membeli produk *Skin Care* karena pengaruh iklan sosial media, teman dekat dan lingkungan universitas?
8. Apakah uang bulanan/ uang jajan dari orang tua dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi saudara terhadap produk *Skin Care* ?

Bengkulu, 7 Maret 2022



**Desi Nopita Sari**  
**NIM: 1811130032**

Mengetahui

Pembimbing I



**Drs. M. Syakroni, M.Ag**  
**NIP. 195707061987031003**

Pembimbing II



**Amimah Oktarina, ME**  
**NIP.199210212018012001**





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon. (0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172  
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

---

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Perilaku Konsumsi Mahasiswi Terhadap Produk *Skin Care* Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi Mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Desi Nopita Sari  
Nim : 1811130032  
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai saran dan arahan pembimbing. Selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian.

Bengkulu, Maret 2022

Pembimbing I

Drs. M. Svakroni, M.Ag  
NIP. 195707061987031003

Pembimbing II

Amimah Oktarina, ME  
NIP. 199210212018012001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Herlina Yustati, MA, Ek  
NIP.198505222019032004

---



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

Nomor : 0369/Un.23/F.IV.1/PP.00.9/03/2022 Bengkulu, 31 Maret 2022  
Lampiran : -

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Islam Negeri  
Fatmawati Sukarno (UINFAS)  
Bengkulu.  
di-

Bengkulu

*Assalamu 'alaikumWr .Wb*

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi  
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam  
Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Tahun Akademik 2021/2022 atas nama :

Nama : Desi Nopita Sari  
NIM : 1811130032  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi  
data penulisan skripsi yang berjudul : Perilaku Konsumsi Mahasiswi  
Terhadap Produk Skin Care Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf  
(Studi Mahasiswi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu).

Tempat Penelitian : Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS)  
Bengkulu

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Nomor: 0571/Un.23/F.IV.1/PP.00.9/5/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menerangkan bahwa:


Nama : Desi Nopita Sari  
NIM : 1811130032  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Ekonomi Islam

Benar telah melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Judul Penelitian : "Perilaku Komsumsi Mahasiswi Terhadap Produk Skin Care Perspektif Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi Mahasiswi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)  
Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Objek Penelitian : Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Waktu Penelitian : 02 April 2022 s.d 12 April 2022

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 23 Mei 2022  
Wassalam,  
An. Dekan  
Wadek

  
Dr. Nurul Hak, MA.  
NIP. 196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51276-51171 -51172-  
Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**


No : 14/SKLP-FEBI/01/05/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah Menerangkan bahwa :

Nama : Desi Nopita Sari  
NIM : 1811130032  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul Tugas Akhir : PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI TERHADAP PRODUK  
*SKIN CARE* PERSPEKTIF TEORI KONSUMSI ISLAM  
MONZER KAHF (STUDI MAHASISWI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU)  
Similarity Index : 7%  
Status : Lulus

Adalah benar- benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir  
melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi  
Program Studi Ekonomi Syariah

  
**Herlina Yustati, MA.Ek**  
NIP. 198505222019032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

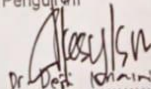
LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa  
NIM  
Judul Skripsi

Desi Nabita Sari  
1811130032

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		Kesimpulan 2 footnote hadis Metodelogi Teori Bab II	Perbaiki!

Bengkulu, 9-6-2022  
Pengujian

  
Dr. Desi Nabita Sari, MS  
NIP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa  
NIM  
Judul Skripsi

Desi Napitisa  
11130032

NO	Tanggal	Masalah	Saran
1.	9-6-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sistematis font</li><li>- Pembahasan hasil penelitian</li><li>- Lengkapi Catatan Mann Cor.</li><li>- Tersi menter kefti.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sevisen lagu font</li><li>- tambah penjelasan</li><li>- Lengkapi catatan Mann Cor?</li><li>- Smt nilai dan sumber</li><li>- Lengkapi lagi</li></ul>

Bengkulu, 9-6-2022  
Penguji

Faisal Muttakin, MSM  
NIP