

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, industri halal di Indonesia semakin mendapat perhatian masyarakat, khususnya pada sektor fashion. Perkembangan tren fashion tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang semakin modern, sehingga para pelaku usaha memanfaatkannya sebagai sarana untuk menciptakan ide dan inovasi produk yang sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan mampu menarik minat konsumen serta bersaing di pasar. Seiring dengan berkembangnya tren fashion syar'i yang turut mendorong pertumbuhan bisnis berbasis syariah, para desainer terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai desain yang diminati masyarakat (Srisusilawati et al. 2024) .

Perkembangan tren fashion tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi yang semakin modern, yang mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkannya sebagai sarana dalam menciptakan ide serta inovasi produk yang sesuai dengan gaya masa kini agar mampu menarik perhatian konsumen dan bersaing di pasar. Seiring dengan arus modernisasi yang terjadi di berbagai belahan dunia, fashion telah berkembang menjadi bagian dari identitas sosial dalam kehidupan manusia. Meningkatnya tren fashion syar'i turut berdampak pada pertumbuhan bisnis berbasis syariah, di mana para desainer terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai desain yang diminati oleh kalangan muslim dan muslimah. Selain itu, kesadaran masyarakat untuk menutup aurat juga semakin meningkat, tidak hanya sebagai bagian dari tren fashion semata, tetapi juga sebagai bentuk kepatuhan

terhadap nilai-nilai agama. Dalam konteks global, industri fashion Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dan mulai mendapat perhatian dari para pengamat dunia, bahkan diprediksi akan menjadi salah satu produsen busana muslim terkemuka di dunia pada masa mendatang (Trisakti et al. 2025) .

Tren fashion terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu, karena pada umumnya masyarakat tidak ingin menggunakan pakaian dengan model yang sama setiap tahunnya. Perkembangan ini tidak hanya terjadi pada pakaian sehari-hari, tetapi juga pada busana muslim yang kini mengalami kemajuan cukup pesat. Berbagai model yang unik dan cenderung glamor banyak diperkenalkan oleh kalangan artis dan *public figure* yang berperan sebagai *trendsetter*.

Saat ini, fashion tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan sehari-hari, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup. Hal ini tidak terlepas dari perubahan peran wanita dalam masyarakat modern yang semakin kompleks. Jika sebelumnya peran wanita lebih terbatas pada aktivitas domestik dan belum banyak mengenal dunia fashion, kini wanita memiliki peran yang lebih luas, baik dalam keluarga maupun kehidupan sosial, serta semakin memahami dan mengikuti perkembangan tren fashion (Annisya, Julaihah, and Asnawi 2025) .

Perkembangan tersebut tidak terlepas dari adanya pergeseran dari masyarakat yang bersifat tradisional menuju masyarakat modern, yang sering dikenal sebagai era teknologi informasi (IT). Kemajuan teknologi yang didorong oleh arus globalisasi tidak hanya mempermudah masyarakat dalam mengakses berbagai informasi, tetapi juga turut memengaruhi perubahan perilaku dan kebiasaan sosial. Selain itu, perkembangan teknologi memberikan dampak yang

cukup signifikan, khususnya bagi kaum perempuan. Para muslimah pun secara tidak langsung terdorong untuk mengikuti tren fashion yang berkembang melalui berbagai media, seperti iklan, surat kabar, dan bentuk publikasi lainnya yang terus memengaruhi kehidupan (Srisusilawati et al. 2024).

Informasi mengenai tren dan gaya hidup yang mudah diakses melalui berbagai media massa memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen. Hal ini mendorong individu untuk mengikuti tren tersebut agar dapat diterima dalam lingkungan sosialnya. Terlebih lagi, informasi tentang gaya hidup, khususnya di bidang fashion, sangat cepat berkembang dan mudah diperoleh. Kondisi ini juga berlaku pada tren fashion muslim, di mana berbagai model pakaian, mukena, hijab, dan jenis busana lainnya mengalami perubahan yang cepat serta tersebar luas di masyarakat.

Perkembangan zaman moderen tidak dapat disangkal telah membawa berbagai pengaruh dalam kehidupan masyarakat, baik dari segi sosial, budaya, maupun adat istiadat. Oleh karena itu, untuk tetap tampil menarik dan mengikuti perkembangan, seseorang dituntut untuk terus beradaptasi, termasuk dalam hal penampilan. Membeli pakaian baru pun menjadi sesuatu yang dinantikan oleh banyak orang. Hal ini disebabkan oleh keinginan untuk tampil modis dan mengikuti tren, meskipun sebenarnya bukan merupakan kebutuhan utama. Akibatnya, banyak individu berusaha tampil sebaik mungkin dengan mengenakan fashion terbaru (Putra and Majid 2025).

Islam merupakan agama yang berat universal, di mana seluruh aspek kehidupan manusia telah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis, termasuk dalam hal

berpakaian. Dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa pakaian memiliki beberapa fungsi utama, yaitu untuk menutup aurat, sebagai perhiasan, sebagai perlindungan, serta sebagai penanda identitas. Oleh karena itu, sebagai seorang Muslim, sudah seharusnya mengenakan pakaian yang sesuai dengan ketentuan syariat, termasuk dalam gaya berpakaian yang mencerminkan nilai-nilai Islami.

Adapun kriteria berpakaian dalam Islam di antaranya adalah bagi laki-laki dilarang menggunakan emas dan sutra asli, tidak mengenakan pakaian yang ketat atau transparan sehingga memperlihatkan bentuk tubuh, serta dianjurkan memakai pakaian yang dapat menutupi seluruh bagian tubuh yang wajib ditutup. Selain itu, pakaian yang digunakan tidak boleh menyerupai lawan jenis maupun menyerupai ciri khas orang-orang non-Muslim, serta tidak dikenakan secara berlebihan (*tabarruj*) (Nurul Zaidah et al., 2022).

Dalam perspektif Islam, pakaian merupakan segala bentuk busana yang dikenakan oleh umat Muslim yang harus sesuai dengan ketentuan syariat, yaitu menutup bagian tubuh yang tidak layak diperlihatkan di hadapan umum. Pada dasarnya, penggunaan pakaian ini juga berkaitan dengan nilai ketakwaan, yang mencerminkan aspek psikologis pemakainya dalam membangun konsep diri, tanpa mengabaikan unsur mode seperti desain, warna, dan keindahan. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga berperan dalam meningkatkan rasa percaya diri. Selain itu, busana dapat menjadi indikator penilaian terhadap penampilan seseorang, seperti terlihat menarik, rapi, atau modis, bahkan mencerminkan status sosial, selama tetap berpedoman pada prinsip-prinsip syariah (Amalina, Wani, and Lestari 2022).

Dalam Islam, tujuan utama konsumsi adalah untuk mendukung pelaksanaan ketaatan dan pengabdian kepada Allah. Aktivitas konsumsi juga merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk memperoleh keberkahan dan nilai pahala demi mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, motif konsumsi dalam Islam berlandaskan pada prinsip *maslahah* (kepentingan umum), yaitu pemenuhan kebutuhan dan kewajiban secara bertahap dengan cara yang berkualitas.

يٰۤاٰدَمُ خُذْوَ زِيْنَتَكَمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam tidak melarang aktivitas konsumsi, namun memberikan batasan yang jelas agar tidak dilakukan secara berlebihan (*israf*). Perintah untuk makan dan minum menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan merupakan hal yang diperbolehkan bahkan dianjurkan, tetapi harus tetap berada dalam koridor keseimbangan. Larangan berlebih-lebihan mengandung makna bahwa konsumsi tidak boleh hanya didorong oleh keinginan atau kepuasan semata, melainkan harus mempertimbangkan aspek kebutuhan, manfaat, serta dampaknya bagi diri sendiri dan lingkungan.

Dalam konteks ekonomi Islam, prinsip ini sejalan dengan konsep *maslahah*, yaitu terciptanya kemanfaatan dan kesejahteraan secara menyeluruh. Konsumsi yang dilakukan secara proporsional akan membantu individu dalam mengelola

sumber daya secara bijak, menghindari pemborosan, serta menjaga stabilitas ekonomi dan sosial. Sebaliknya, perilaku konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif seperti sikap konsumtif, hilangnya rasa syukur, serta potensi ketimpangan dalam masyarakat.

Dengan demikian, ayat ini menjadi landasan penting bahwa tujuan konsumsi dalam Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pribadi dan sosial, serta mengarahkan manusia agar lebih bertanggung jawab dalam menggunakan nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT (Ananda, Wahab, and Juliasti 2025) .

Dalam konteks masyarakat Muslim, aktivitas konsumsi tidak semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga mengandung nilai spiritual dan etika yang penting. Islam memandang konsumsi sebagai bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat, seperti kehalalan, keadilan, keberlanjutan, dan kepantasan. Konsep halal sendiri merujuk pada segala sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam, yang cakupannya tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga meliputi berbagai bidang lain seperti keuangan, kosmetik, farmasi, pariwisata, hingga busana. Oleh karena itu, bagi seorang Muslim, kegiatan konsumsi bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga bentuk pengamalan iman serta komitmen dalam menaati ketentuan Allah (Putra and Majid 2025).

Tren *fashion* tidak hanya berkembang di kalangan masyarakat umum, tetapi juga telah merambah lingkungan santri. Sebagaimana diketahui, santri identik dengan kesederhanaan, khususnya dalam hal berpakaian. Busana yang dikenakan

umumnya berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis, seperti menggunakan pakaian yang tebal, longgar, dan menutup aurat sesuai dengan ajaran Islam. Namun demikian, dinamika yang terjadi menunjukkan bahwa pemahaman dan praktik berpakaian di kalangan santri juga menjadi perhatian berbagai pihak, terutama dalam kaitannya dengan aspek moral dan sosial.

Seiring dengan perkembangan zaman, berbagai model jilbab dan pakaian semakin banyak diikuti oleh masyarakat. Di lingkungan pesantren, tren fashion kini bukan lagi hal yang asing, khususnya di kalangan santri putri di pesantren modern. Mereka yang diberikan izin untuk bersekolah atau kuliah di luar pesantren cenderung menampilkan gaya berpakaian yang berbeda ketika berada di luar lingkungan tersebut. Para santri ini umumnya cukup memperhatikan penampilan dan mengikuti perkembangan fashion. Meskipun mereka telah memahami pentingnya berpedoman pada syariat, kemajuan inovasi serta beragam penawaran produk yang menarik tetap dapat memengaruhi perilaku konsumsi mereka (Sugianto, and Nasution 2024).

Fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan bahwa pesatnya pertumbuhan tren fashion muslim, yang didorong oleh arus globalisasi dan kemajuan media digital, turut memengaruhi pola konsumsi di kalangan santri, termasuk di Dayah Babussalam Al-Aziziyah Jeunib.

Santri yang selama ini dikenal dengan karakter sederhana serta berpegang teguh pada nilai-nilai syariat, kini mulai dihadapkan pada beragam pilihan gaya berpakaian yang lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman. Kondisi ini menyebabkan fashion tidak lagi dipandang semata sebagai kebutuhan untuk

menutup aurat, tetapi juga sebagai sarana dalam menunjang penampilan dan menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang.

Dalam praktiknya, keputusan pembelian busana oleh santri tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan turut dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan pergaulan, teman sebaya, serta paparan informasi dari media sosial. Di sisi lain, sebagai individu yang berada dalam lingkungan pendidikan Islam, santri memiliki pemahaman mengenai pentingnya menerapkan prinsip konsumsi Islami, seperti menghindari perilaku berlebihan (*israf*), pemborosan (*tabdzir*), serta mengutamakan kemaslahatan. Oleh karena itu, kondisi ini mencerminkan adanya dinamika sekaligus potensi ketidaksesuaian antara perilaku konsumsi fashion yang berkembang dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga layak untuk diteliti lebih mendalam.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan oleh peneliti, terlihat adanya perubahan dalam perilaku konsumsi fashion di kalangan santri. Perkembangan tren fashion yang semakin pesat, terutama melalui media sosial, turut memengaruhi cara berpakaian mereka. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu responden, yaitu Intan Mutia Zahara, yang menyatakan bahwa *“sekarang santri tidak bisa lepas dari tren yang sedang populer di media sosial. Meskipun di pesantren terdapat aturan berpakaian yang cukup ketat, keinginan untuk tetap tampil menarik dan mengikuti perkembangan zaman tetap ada. Selain itu, akses terhadap informasi mengenai model pakaian yang sedang tren sangat mudah diperoleh, sehingga menimbulkan keinginan untuk ikut mengikutinya.”*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi melalui media sosial membuat santri lebih cepat mengetahui model pakaian yang sedang populer, sehingga memunculkan minat untuk mengadopsinya dalam gaya berpakaian sehari-hari.

Selain itu, responden lainnya, yaitu Ulya Fitrah, mengungkapkan bahwa *“lingkungan sosial, khususnya teman sebaya, sangat memengaruhi gaya berpakaian santri. Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat kecenderungan untuk menyesuaikan gaya berpakaian dengan teman agar terlihat serasi dan tidak berbeda sendiri. Hal ini mendorong keinginan untuk lebih sering membeli pakaian, terutama agar dapat diterima dalam lingkungan pertemanan.”*

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa faktor lingkungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian santri. Dalam kehidupan sehari-hari, santri cenderung menyesuaikan diri dengan kelompok pertemanannya agar terlihat serasi dan tidak berbeda. Kondisi ini secara tidak langsung mendorong munculnya perilaku konsumsi yang lebih tinggi, khususnya dalam pembelian pakaian. Lebih lanjut, keinginan untuk diterima dalam lingkungan sosial menjadi salah satu faktor utama yang mendorong santri untuk mengikuti tren fashion.

Selain itu, perkembangan tren fashion saat ini juga ditandai dengan munculnya kecenderungan konsumsi berbasis tren merek (*brand-oriented consumption*). Banyak konsumen, khususnya kalangan remaja dan muslimah, lebih tertarik menggunakan produk fashion seperti jilbab, sarung, maupun busana muslim dari merek tertentu yang sedang populer di media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada

kebutuhan fungsional, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor simbolik seperti citra merek, gengsi, serta keinginan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang.

Kondisi tersebut mendorong munculnya perilaku konsumtif, di mana individu cenderung membeli produk bukan karena kebutuhan utama, tetapi karena dorongan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan tren yang sedang viral. Dalam konteks ini, brand tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai representasi gaya hidup dan status sosial seseorang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perubahan perilaku konsumsi fashion di kalangan santri tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan media sosial, tetapi juga oleh faktor lingkungan sosial yang memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi mereka.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat adanya kesenjangan antara perilaku konsumsi yang terjadi di masyarakat, khususnya di kalangan santri, dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yang menekankan nilai maslahah, kesederhanaan, dan kepatuhan terhadap syariat. Fenomena tren fashion yang semakin berkembang berpotensi memengaruhi pola konsumsi santri sehingga tidak lagi sepenuhnya berlandaskan pada kebutuhan, melainkan cenderung pada keinginan dan gaya hidup. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih mendalam untuk menganalisis bagaimana perilaku konsumen muslim terhadap tren fashion serta kesesuaiannya dengan perspektif ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Tren Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Santri Dayah Babussalam Al

Aziziyah Jeunieb)” guna mengetahui bagaimana pola konsumsi santri terhadap fashion dan bagaimana kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah islam.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumsi santri dalam mengikuti tren fashion di Dayah Babussalam Al-Aziziyah Jeunieb?
2. Bagaimana kesesuaian perilaku konsumsi fashion santri dengan prinsip konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas , maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumsi santri dalam mengikuti tren fashion di Dayah Babussalam Al-Aziziyah Jeunieb.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian perilaku konsumsi fashion santri dengan prinsip konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktis, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu syari'ah khususnya ekonomi islam terutama dalam hal perilaku konsumen muslim.
- b. Dapat dijadikan sebagai rujukan dan referensi bagi mahasiswa ekonomi selanjutnya apabila ingin meneliti permasalahan perilaku konsumen dengan kasus yang berbeda

2. Manfaat Teoritis

- a. Produsen ,dapat menjadi peluang bisnis baru dan dapat lebih mengetahui kebutuhan muslim yang sesuai dengan syariah islam.
- b. Konsumen,membrikan informasi kepada konsumen muslim tentang Batasan Batasan yang disyariatkan dalam isla