



PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI UIN ALAUDDIN MAKASSAR TERHADAP PENGGUNAAN KOSMETIK PEMUTIH

Nurwahida

Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Jl. Sultan Hasanuddin No.20 Sinjai
Korespondensi Penulis. Email/Tlp: nurwahidarudin19@gmail.com / 082395174403

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswi UIN Alauddin Makassar terhadap penggunaan kosmetik pemutih dan Faktor-faktor apa yang memengaruhi/memotivasi perilaku konsumsi mahasiswi UIN Alauddin Makassar terhadap penggunaan kosmetik pemutih, dan penerapan prinsip-prinsip konsumsi mahasiswi UIN Alauddin Makassar terhadap penggunaan kosmetik pemutih Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini tergolong Penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah: teologis normatif (syar'i), pendekatan sosiologis dan pendekatan fenomenologi. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Alauddin Makassar. Selanjutnya, metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, angket, dan penelusuran referensi. Lalu, teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti menemukan faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswi UIN Alauddin Makassar, yaitu: faktor keluarga, faktor pergaulan, faktor psikologi, dan faktor media informasi. Penerapan prinsip konsumsi Islami oleh mahasiswi UIN Alauddin Makassar belum terlaksana dengan baik, masih banyak mahasiswi UIN Alauddin Makassar yang mengabaikan dan tidak mempertimbangkan prinsip halal, tayyiban, dan kesederhanaan.

Kata kunci: Perilaku Konsumsi, Etika konsumsi islam

Abstract

This study aims to determine the behavior of UIN Alauddin Makassar female student consumption towards the use of whitening cosmetics and what factors influence / motivate the consumption behavior of UIN Alauddin Makassar female students towards the use of whitening cosmetics, and the application of the principles of UIN Alauddin Makassar female student consumption towards the use of whitening cosmetics Perspective Islamic economics. This research is classified as qualitative research with the research approach used is: normative theological (shar'i), sociological approach and phenomenological approach. The data source in this study is a student of UIN Alauddin Makassar. Furthermore, the data collection methods used were observation, interviews, documentation, questionnaires, and reference tracing. Then, data processing and analysis techniques are carried out through three stages, namely: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that researchers found factors influencing the consumption patterns of UIN Alauddin Makassar female students, namely: family factors, social factors, psychological factors, and media information factors. The application of Islamic consumption principles by UIN Alauddin Makassar female students has not been implemented well, there are still many UIN Alauddin Makassar female students who ignore and do not consider the halal, tayyiban, and simplicity principles.

Keywords: Consumption Behavior, Islamic consumption ethics



1. Pendahuluan

Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Dalam Ilmu Ekonomi secara umum konsumsi merupakan perilaku seseorang secara umum untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Islam pada dasarnya perilaku konsumsi dilihat atas dua hal yaitu kebutuhan (hajati), dan kegunaan atau kepuasan (manfaat). Dalam perspektif ekonomi Islam dua unsur ini mempunyai kaitan yang sangat erat (*interdependensi*) dengan konsumsi. Ketika konsumsi dalam Islam dikenal sebagai penggunaan terhadap komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan, maka sudah barang tentu motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas perekonomian harus sesuai dengan prinsip Islam¹

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan *Maslahah* menuju *Falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *maslahah*.²

Konsumsi merupakan hal yang sangat urgen dalam perjalanan perkembangan perekonomian. Dalam kehidupan umat Islam terdapat aturan yang harus diikuti dalam mengonsumsi suatu produk. Terdapat banyak ayat al-Qur'an dan hadis yang menyampaikan tentang halal-haramnya mengonsumsi sesuatu. Tidak hanya itu, dalam mengonsumsi sesuatu juga harus dipertimbangkan maslahat dan mudarat. Sebagaimana Firman Allah swt. dalam QS Al-Baqarah/2:168

Terjemahnya:

*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

Dalam ayat di atas dijelaskan tentang konsumsi, dan terdapat prinsip-prinsip yang digariskan oleh Islam dalam ayat di atas, yakni pertama prinsip halal, kedua prinsip *toyyiban* (menyehatkan dan bersih), dan yang ketiga adalah prinsip kesederhanaan. Batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis komoditi lainnya. Tidak hanya kebutuhan akan konsumsi sandang, papan, pangan, pendidikan dan kesehatan saja, kebutuhan akan mempercantik diripun kian menjadi prioritas utama dalam menunjang penampilan.

Dalam hal mengonsumsi kosmetik pada prinsipnya, Islam menentang sikap berlebih-lebihan dalam berhias hingga menjurus kepada suatu sikap yang mengubah ciptaan Allah swt. Islam menjelaskan bahwa mengubah ciptaan Allah swt itu sebagai salah satu ajakan setan kepada pengikut-pengikutnya. Meskipun Islam membolehkan wanita untuk berhias, tetapi dalam menggunakan perhiasan seperti kosmetik yang akan digunakan harus sehat dan tidak membahayakan kulit atau diri penggunaannya.

¹Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 85.

²Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid al-Syari'ah)*, Jakarta: Prenadamedia Group, h. 166.

³Kementerian Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam/Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, 2011), h. 32.



Kecenderungan masyarakat terutama wanita sangat menggemari produk-produk kosmetik sehingga menyebabkan penjualan kosmetik laku keras dipasaran tanpa konsumen mengetahui bahwa ada produk-produk kosmetik yang masuk kategori kosmetik berbahaya. Meskipun ada bahan-bahan alami yang dipakai pada kosmetik tersebut misalnya *guanine* yang diperoleh dari sisik ikan laut, yang merupakan kristal transparan, reflektif mengkilap seperti mutiara, namun kenyataannya terdapat juga kosmetik yang menggunakan bahan kimia berbahaya seperti: merkuri, rhodamin B, hidrokinon dan retin-A. Rata-rata bahan-bahan dalam kosmetik tersebut mempunyai sifat yang tidak dapat larut dalam air (non-polar), sehingga bahan-bahan tersebut akan tetap menempel pada kulit serta menumpuk dalam pemakaian jangka panjang. Sehingga inilah yang menyebabkan kerusakan permanen pada kulit.⁴

Penggunaan kosmetik pemutih yang diracik dengan menggunakan bahan-bahan yang berbahaya (bahan buatan yang tidak alami) dikategorikan sebagai produk kosmetik yang berbahaya karna akan berdampak merusak kulit, kandungan yang paling banyak terdapat pada produk-produk kosmetik pemutih yang berbahaya adalah merkuri atau Hg/air raksa yang merupakan zat yang sangat beracun bersifat zat karsinogenik. penggunaan zat ini menjadikan kosmetik pemutih berbahaya karna akibat yang ditimbulkan merkuri dalam kosmetik meliputi: alergi, perubahan warna kulit yang putih pucat, bintik-bintik hitam pada kulit, iritasi kulit kerusakan permanen pada susunan syaraf, otak, gangguan perkembangan janin, dapat menyebabkan kerusakan ginjal, bahkan dalam pemakaian dalam kadar yang sedikitpun dapat bersifat racun yang membahayakan konsumen.⁵

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang memotivasi/memengaruhi Mahasiswi UIN Alauddin Makassar terhadap penggunaan kosmetik pemutih?
2. Bagaimana prinsip-prinsip konsumsi Islami perspektif ekonomi Islam?
3. Bagaimana penerapan prinsip konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam terhadap penggunaan kosmetik pemutih bagi Mahasiswi UIN Alauddin Makassar?

2. Metode Penelitian

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini meliputi kombinasi antara penelitian pustaka (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*)⁶ dengan metode kualitatif (*qualitative method*)

⁴<http://ikiopo.com/kosmetik-yang-berbahaya.com> (diakses 19 juli 2016).

⁵<http://belajarfiqh.blogspot.co.id/2009/03/masalah-kosmetik-berbahaya.html> (diakses 19 juli 2016).

⁶Tujuan penelitian lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas. Lihat: Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h. 8.

⁷Menurut lexi J. Moleong, penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik serta dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Lihat: Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XXVII; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 6.



yang dilakukan secara deskriptif analisis,⁸karena penelitian ini memberikan gambaran tentang hasil penelitian dengan mendeskripsikan data-data aktual yang diperoleh di lapangan.⁹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Teologis Normatif (*Syar'i*), yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis ketentuan-ketentuan hukum yang bersumber pada al-Qur'a>n dan hadis terhadap masalah yang berhubungan dengan konsumsi yang sesuai dengan Islam.
2. Pendekatan Sosiologis, yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis tentang keadaan konsumen (mahasiswi) yang berada dilingkungan kampus UIN Alauddin Makassar lengkap dengan struktur dan lapisan serta berbagai gejala sosial yang saling berkaitan dengan penelitian ini.

b. Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data peneliti menggunakan data pustaka dan data lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Studi Pustaka

Mengkaji dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini, berupa bahan yang diperoleh melalui buku-buku, jurnal ilmiah dan bahan tertulis lainnya.

2. Observasi

Observasi digunakan karena beberapa alasan seperti yang dikemukakan oleh Guba dan Linclon dalam Lexy J. Moleong antara lain: teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung, karena pengalaman langsung merupakan alat yang tepat untuk mengetes kebenaran, dan dapat mencatat perilaku dan kejadian yang sebenarnya.¹⁰Observasi¹¹merupakan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap mahasiswi Uin Alauddin Makassar Pengguna Kosmetik Pemutih.

3. Wawancara

⁸Deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala, atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat. Lihat: Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Pres, 2012), h. 25.

⁹Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang, fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan pemikiran orang secara individual atau kelompok. Lihat: Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Cet. III; Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2007), h. 60.

¹⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XXV; Bandung Remaja: Rosdakarya, 2008), h. 174.

¹¹Ada beberapa alasan digunakannya observasi dalam penelitian kualitatif, yaitu 1) teknik ini didasarkan atas pengamatan langsung, 2) teknik pengamatan juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya, dan 3) sering terjadi keraguan pada peneliti, sehingga ditakutkan ada data yang dijarah keliru. Kemungkinan keliru terjadi karena kurang dapat mengingat hasil wawancara, sehingga jalan terbaik ialah dengan jalan memanfaatkan pengamatan. Lihat: Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 115.



Teknik wawancara diawali dengan melakukan persiapan-persiapan pertanyaan yang sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti. Kemudian mendesain pertanyaan secara terstruktur,¹² tidak terstruktur, sesuai kondisi psikologis narasumber (informan) dengan bantuan *note book*, *tape recorder*.¹³ Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview adalah sebagai berikut: (1) Bahwa subjek adalah orang yang tahu tentang dirinya sendiri. (2) Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya. (3) Bahwa interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.¹⁴

Mekanisme wawancara dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*depth interview*) yang dilakukan secara individual dan diskusi.

4. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari dokumen yang berarti sesuatu yang tertulis yang dapat dipakai sebagai alat bukti atau keterangan¹⁵, baik dalam gambar dokumentasi maupun narasi yang dapat menunjang penelitian ini.

5. Angket (kuisisioner)

Kuisisioner, yaitu peneliti menggunakan daftar pertanyaan dalam angket sesuai dengan data yang dibutuhkan. Kuisisioner dibuat secara sistematis dan tertutup agar tidak memberi peluang kepada informan untuk menjawab di luar dari pernyataan. Sekecil mungkin menjaga keamanan jawaban informan. Kuisisioner diberikan kepada sampel dari penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

c. Instrument Penelitian

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan dan membuat kesimpulan atas temuannya.¹⁶

1. Panduan observasi adalah alat bantu yang dipakai sebagai pedoman pengumpulan data pada proses penelitian.
2. Pedoman wawancara adalah alat bantu berupa daftar-daftar pertanyaan yang dipakai dalam mengumpulkan data.
3. Data dokumentasi adalah catatan peristiwa dalam bentuk tulisan langsung, instrumen penilaian, foto kegiatan pada saat penelitian.

¹²Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh, sehingga dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Wawancara semiterstruktur termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Lihat: Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 73-74.

¹³Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi: dilengkapi Contoh analisis Statistik* (Cet. XIII; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 83.

¹⁴Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, h. 138.

¹⁵Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi* (Cet. III; Bandung: Angkasa, 1985), h. 85.

¹⁶Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, h. 85.



d. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik analisis dan interpretasi yang digunakan adalah teori Haberman dan Miles dikutip oleh Bungin teknik ini dikenal dengan istilah teknik pengolahan data interaktif.¹⁷ Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁸

Proses dalam analisis data dilakukan melalui tiga tahapan secara berkesinambungan, yaitu mereduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi data. Adapun penjelasannya sebagai berikut: (1) Reduksi data, yaitu proses pengumpulan data yang kemudian dilakukan pemilahan, diklasifikasi, serta pemusatan perhatian pada penyederhanaan data. Karena itu data yang diambil adalah data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian ini hanya berkaitan dengan perilaku konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswi UIN Alauddin Makassar terhadap penggunaan kosmetik pemutih. (2) Penyajian data, yaitu menyajikan data yang sudah disaring dan diorganisasikan secara keseluruhan dalam bentuk naratif deskriptif. Dalam penyajian data dilakukan interpretasi terhadap hasil data yang ditemukan, sehingga kesimpulan yang dirumuskan menjadi lebih objektif. (3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi data yaitu merumuskan kesimpulan setelah melakukan tahap reduksi dan penyajian data secara induktif untuk menjawab rumusan masalah. Ketiga alur kegiatan analisis data ini saling terkait dalam proses penyimpulan hasil akhir peneliti.

e. Pengujian Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, demi kesahihan dan keandalan serta tingkat kepercayaan data yang telah terkumpul. Teknik keabsahan data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Hal ini merupakan salah satu pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diteliti

Triangulasi yang dilakukan pada penelitian ini ada 3 bentuk yaitu: 1). Triangulasi sumber, dimana triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, 2). Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya data yang diperoleh dari informan dengan wawancara, akan dicek kembali melalui observasi, dokumentasi ataupun pertanyaan ulang, dan 3). triangulasi waktu dilakukan untuk melakukan wawancara misalnya diwaktu pagi karna informan/ narasumber masih segar.

Yang dimaksud dengan keabsahan data adalah bahwa setiap keadaan harus memenuhi, 1). Mendemonstrasikan yang benar, 2). Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan, dan 3). Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosesnya dan ketidaktergantungan dari temuan dan keputusan-keputusannya.¹⁹

¹⁷Burhan Bungin, *Analisis Data Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi* (Cet. III; Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 205.

¹⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet. XI; Bandung: Alfabeta, 2010) h. 244.

¹⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), h. 320-321.



3. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada pembahasan ini penulis akan menguraikan tentang perilaku konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswi UIN Alauddin Makassar.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan faktor-faktor yang sangat mempengaruhi pola konsumsi Mahasiswi UIN Alauddin Makassar

1. Faktor Lingkungan

a) Lingkungan keluarga

Mahasiswi menggunakan kosmetik pemutih berdasarkan pengaruh keluarga, hal ini dapat dilihat dari kehidupan salah seorang informan, pengaruh keluarga sangat berarti dalam kehidupannya termasuk dalam pemilihan kosmetik pemutih, terutama dari pihak Ibu dan kakaknya. Seperti hasil wawancara berikut:

“Saya memakai kosmetik pemutih karena Ibu dan kakak saya yang menyarankan supaya saya bisa terlihat cantik, mereka selalu memperhatikan penampilan saya”²⁰

b) Lingkungan pergaulan atau teman sepermainan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fadila Nurafifah salah satu Mahasiswi jurusan Kesejahteraan sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang mengatakan:

“Saya menggunakan kosmetik pemutih karena diumur saya sekarang sudah sewajarnya perempuan itu harus terlihat cantik, saat sekarang gaya itu perlu, sebagai seorang perempuan penampilan itu nomor 1, bagaimana saya bisa terlihat cantik ketika kulit saya hitam dan kusam. saya dan teman-teman saya menggunakan kosmetik merek Theraskin saya dapatkan dari salah satu dokter kecantikan, saya memakai produk tersebut atas rekomendasi dari teman-teman saya yang juga menggunakan merek yang sama, agar kami terlihat lebih cantik dari Mahasiswi lainnya, meskipun harganya terhitung mahal yaitu seharga Rp. 750.000/paket namun hasilnya sangat memuaskan, kulit saya terlihat lebih putih dari sebelum pemakaian.”²¹

Ini berarti bahwa pemakaian kosmetik pemutih yang dilakukan oleh Mahasiswi Fadilah berdasarkan rekomendasi dari teman-temannya karena merasa mereka adalah teman bergaul. Terdapat jalinan ikatan perasaan yang sangat kuat pada kelompok teman bergaul, dalam jalinan yang kuat itu terbentuk norma, nilai-nilai dan simbol tersendiri. Oleh karena itu tingkah laku, minat bahkan sikap dan pikiran Mahasiswi dipengaruhi oleh teman-teman dalam kelompok mereka.

2. Faktor Psikologi

Mahasiswi menggunakan kosmetik pemutih karena keinginan sendiri dalam hal ini faktor psikologi, mereka menggunakan kosmetik pemutih karena motivasi ingin terlihat lebih cantik dibanding wanita-wanita lainnya. berdasarkan wawancara salah satu Mahasiswi Fakultas Ilmu Kedokteran dan Kesehatan UIN Alauddin Makassar yang mengatakan:

“Saya menggunakan kosmetik pemutih karena ingin terlihat lebih cantik, lebih putih dan bersih, karena setiap wanita pasti ingin terlihat lebih menarik. Kulit lebih putih bisa menambah percaya diri ketika berhadapan dengan lawan jenis, awalnya kulit saya tidak seputih ini, wajah saya dulu penuh jerawat, sehingga saya malu ketika bertemu dengan banyak orang, namun setelah saya konsultasi ke salah satu

²⁰N Novisa Azirah, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016.

²¹Fadilah Nurafifah, Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Sosial, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016.



dokter kecantikan, dokter tersebut menyarankan saya menggunakan produknya, saya tertarik dan mencobanya.²²

Berasarkan persepsi para informan diatas Ini berarti bahwa mahasiswi tersebut menggunakan kosmetik pemutih karena keinginan sendiri karena ingin terlihat lebih cantik karena menurut mereka sudah seharusnya sebagai seorang perempuan harus terlihat lebih cantik dan salah satu cara terlihat lebih cantik adalah dengan menggunakan kosmetik pemutih.

Dengan melihat motif berkonsumsi Mahasiswi UIN Alauddin Makassar yang menggunakan kosmetik pemutih karena keinginannya untuk mencapai hasil yang maksimum tanpa memperhatikan baik tidaknya untuk tubuh merupakan ciri dari konsumsi konvensional jadi konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswi UIN Alauddin Makassar tidak berdasarkan motif perilaku konsumsi dalam Islam yakni orang muslim teristimewa yang memiliki pengetahuan dan wawasan agama serta keimanan yang baik adalah bermotifkan tuntutan perintah agama. Mengingat Allah swt. memerintahkan makan, minum, berpakaian dan lain-lain agar tidak terjadi kerusakan diri, dalam Islam motif konsumsi seorang muslim adalah dalam bentuk ingin selalu hidup dan jauh dari unsur yang merusak tubuh.

Penggunaan kosmetik dilingkungan Mahasiswi UIN Alauddin makassar jika dilihat dari latar belakang mereka, rata-rata Mahasiswi UIN Alauddin makassar berasal dari daerah yang melanjutkan kuliah di kota, berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu Mahasiswi Syariah dan Hukum:

“Penggunaan kosmetik pemutih bagi saya sangat penting, sebelumnya saya tidak mengetahui tentang produk kosmetik pemutih, sewaktu di selasar dulu saya hanya menggunakan bedak baby (bedak putih biasa). Namun sejak saya di makassar saya melihat teman-teman saya kulitnya putih dan cerah, saya kemudian terpengaruh untuk menggunakan juga. Di kampung saya tidak ada produk kosmetik pemutih dari dokter, karena lingkungan saya sudah berbeda jadi sewajarnya jika saya menggunakan kosmetik pemutih karna saya tidak ingin dianggap kampung oleh teman-teman saya, jadi saya harus menyesuaikan diri dengan mereka”²³

Dengan melihat fenomena yang ada dilingkungan UIN Alauddin makassar, kebanyakan Mahasiswi berasal dari daerah yang melanjutkan kuliah di kota, mereka menggunakan kosmetik pemutih karena tuntutan gaya hidup diperkotaan, mereka merasa bahwa lingkungan mereka sudah berbeda maka mereka juga harus mengikuti gaya hidup diperkotaan, dengan mengikuti *trend* penggunaan kosmetik pemutih mereka berharap tidak dianggap ketinggalan zaman dan tidak kampung.

Berdasarkan perilaku konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswi UIN Alauddin makassar dipengaruhi oleh perpindahan mereka dari lingkungan pedesaan ke perkotaan. Mereka terjebak dalam lingkaran konsumerisme. yang memaksakan keinginan mereka, seiring dengan beragamnya varian produk dan jasa yang beredar di pasaran. Mereka memprioritaskan keinginan mereka karena tuntutan gaya hidup dari pada mempertimbangkan kemaslahatan yang ada.

²²Irnawati Riyanto, Mahasiswi Jurusan kebidanan fakultas Ilmu kedokteran dan kesehatan,, wawancara oleh peneliti 12 oktober

²³Hasil wawancara dengan Nining Andriani Mahasiswi Fakultas Teknik pada tanggal 10 oktober 2016



2. Faktor konsumerisme

Salah satu faktor yang menyebabkan keinginan konsumen mengonsumsi sesuatu yang pada dasarnya tidak dibutuhkan adalah faktor perkembangan budaya konsumerisme. Konsumerisme adalah bagian yang tidak bisa terpisahkan dari gaya hidup manusia di dunia sekarang ini. Menurut suatu analisis, perilaku konsumeristik terjadi salah satunya karena masyarakat desa yang berpindah ke perkotaan, imigrasi atau pindahnya masyarakat desa ke kota mendorong orang-orang yang baru mengenal kota untuk cenderung kaget dengan kondisi dan gaya hidup kota. Orang-orang yang baru berasal dari desa akan lebih tertarik dengan status kelas sosial misalnya. Pada akhirnya itu akan membawa pengaruh pada nilai-nilai yang mereka anut. Hal ini ujung-ujungnya membawa pada kepercayaan dan sikap baru terhadap produk-produk.²⁴

Salah satu hal yang menyuburkan konsumerisme adalah liberalisasi perdagangan. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari keinginan negara-negara maju yang mampu menghasilkan produk yang bercita rasa tinggi, produk-produk ini dipasarkan melalui media elektronik, tidak heran jika di zaman sekarang konsumsi akan kosmetik semakin tinggi hal ini disebabkan gencar-gencarnya tayangan iklan di TV (televisi) yang menayangkan penggunaan kosmetik yang dapat memutihkan dalam kurung waktu yang singkat, sehingga pengguna kosmetik tersebut terlihat lebih cantik.

Konsumsi dalam Islam, rasional tidaknya seorang konsumen dalam melakukan tindakan konsumsi sangat dipengaruhi oleh:

- a. Tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka cenderung semakin rasional pilihan yang dibuat orang tersebut. Sebaliknya, bila orang tersebut memiliki pendidikan yang rendah, maka seringkali pengambilan keputusan dalam membeli barang tidak rasional.
- b. tingkat kedewasaan. Semakin dewasa seseorang, maka orang tersebut cenderung semakin bijaksana dalam bertindak.
- c. Kematangan emosional. Orang yang mampu mengendalikan diri tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan, dapat berfikir secara jernih, dan teliti dalam memilih, sehingga cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian.²⁵

Status Seorang Mahasiswi merupakan tingkat pendidikan yang tinggi, dalam kategori tingkat pendidikan, pendidikan mereka dikategorikan sebagai orang yang sudah mampu memilih berdasarkan pandangan rasional mereka.

Dalam pengambilan keputusan sudah seharusnya sebagai seorang Mahasiswa yang memiliki pendidikan yang tinggi dalam membeli dan menggunakan sesuatu sudah mampu memiliki pertimbangan yang logis dalam menggunakan sesuatu. Namun pada kenyataan yang ditemui penulis lapangan Mahasiswi UIN Alauddin Makassar menggunakan kosmetik pemutih bukan berdasarkan pertimbangan yang logis hal ini terlihat dari hasil wawancara berikut ini:

“saya menggunakan kosmetik pemutih karena melihat teman-teman saya menggunakan kosmetik tersebut, hasilnya terlihat bagus pada kulit mereka, namun ketika saya yang memakai kulit saya menjadi berjerawat dan kelihatan memerah”²⁶

²⁴Nugrohi J. Setiadi, *perilaku konsumen konsep dan implikasinya untuk strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 331.

²⁵Tim Abdi Guru, *Ekonomi SMA untuk kelas x*, Jakarta: Erlangga, 2004. h. 30.

²⁶Hasil wawancara dengan Magfirah Fatmi, Mahasiswi Sains dan Teknologi pada tanggal 10 oktober 2016.



Setiap wanita memiliki jenis kulit yang berbeda-beda. Oleh karena itu, setiap wanita membutuhkan kosmetik yang sesuai jenis kulitnya. Tidak semua kosmetik cocok digunakan wanita, bukannya menjadi cantik, kosmeeetik yang tidak cocok dengan kulit malah bisa menyebabkan iritasi. Untuk itu diperlukan kehati-hatian dalam mengonsumsi kosmetik pemutih.²⁷

2. Faktor media Informasi

Teknologi informasi berkembang sangat cepat membawa perubahan pada perilaku masyarakat. Munculnya radio, televisi, koran majalah menjadi sarana sosialisasi yang efektif. Peneliti menyoroti bagaimana media televisi dan media laptop memengaruhi pola konsumsi Mahasiswi. Dari data yang ada Mahasiswi UIN Alauddin Makassar lebih menyukai tontonan televisi, disadari atau tidak televisi selalu menampilkan iklan kosmetik, dan bahkan melalui media penciptaan rekayasa terhadap *image* suatu barang dibentuk. Para informan mengatakan bahwa rata-rata mereka mengetahui kosmetik pemutih dari media televisi tersebut. Seperti yang diungkap salah satu informan dalam wawancara berikut:

“Saya mengetahui produk kosmetik pemutih tersebut dari iklan yang ada di televisi”²⁸

Hal senada diungkapkan oleh Yuni kartini, seperti dalam wawancara berikut ini:

“Saya mengetahui produk-produk kosmetik peemutih dari iklan-iklan yang ditayangkan di telvisi”²⁹

Iklan merupakan faktor yang memengaruhi kegiatan konsumsi Mahasiswi, karena Iklan mampu menjejalkan citra produk yang menawarkan hasil yang bagus bagi pemakainya. Iklan telah menciptakan kebutuhan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, padahal secara rasional mungkin tidak benar-benar di butuhkan.

Iklan telah mendorong Mahasiswi untuk mengonsumsi berbagai komoditi khususnya kosmetik pemutih, banyak keputusan membeli diambil secara emosional, hanya demi mengikuti gaya masa kini, semakin Mahasiswi memahami isi iklan, maka ia terobsesi untuk mengikutinya, dan bermuara pada konsumsi kosmetik tanpa mempertimbangkan baik buruknya kosmetik yang mereka konsumsi.

A. Penerapan prinsip-prinsip konsumsi Islami Mahasiswi UIN Alauddin Makassar Terhadap pnggunaan Kosmetik Pemutih

1. Penerapan prinsip halal-haram Mahasiswi UIN Alauddin Makassar dalam mengonsumsi kosmetik pemutih

Dalam dunia modern ini banyak orang menyebutnya era teknologi. Manusia semakin mudah menggapai keinginan-keinginan dan mengetahui informasi yang belum pernah mereka lihat sebelumnya dengan bantuan teknologi, telekomunikasi, televisi, radio, internet, telepon, sms dan lain-lain.³⁰

2. Penerapan prinsip *Tayyiban* (bersih, sehat dan tidak merusak tubuh)

Konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswi UIN Alauddin Makassar berdasarkan hasil penelitian, Mahasiswi Uin Alauddin Makassar dalam mengonsumsi kosmetik

²⁷Dokter Sehat, *Tips Memilih Kosmetik* yang sesuai untu kulit, (Http:Dokter Sehat.Com), diakses 12 Januari 2017.

²⁸Irnawati Riyanto, Mahasiswi Jurusan kebidanan fakultas Ilmu kedokteran dan kesehatan,, wawancara oleh peneliti 12 oktober

²⁹Fadilah Nurafifah, Mahasiswi JurusanKesejahtraan Sosial, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016

³⁰ Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Rohani*, (Jakarta: PT. Almawardi Prima, 2003), h. 1



pemutih memiliki dampak negatif dalam hal ini muncul masalah-masalah pada kulit wajah mereka, hal ini diungkapkan oleh salah satu Informan:

“kulit saya menjadi berjerawat dan dan menipis, setelah penggunaan kosmetik tersebut”³¹

Hal yang senada diungkapkan oleh Nurfadilah:

“kosmetik yang saya pakai memang memutihkan tapi terasa pedih dimuka ketika digunakan, saya tidak bisa berhenti memakainya karna kulit saya akan menjadi kusam kalau saya berhenti”³²

3. Penerapan prinsip kesederhanaan

Keinginan Mahasiswi UIN Alauddin Makassar untuk selalu memenuhi kebutuhan kosmetik pemutih mereka merupakan sikap pemborosan, karena masih banyak kebutuhan yang belum mereka penuhi yang lebih penting dalam hal ini kebutuhan perlengkapan kuliah. Mahasiswi UIN Alauddin Makassar mengedepankan keinginan mereka dibandingkan dengan kebutuhan mereka.

4. Prinsip kemurahan hati

Mahasiswi UIN Alauddin Makassar sebagian sudah menerapkan prinsip kemurahan hati, hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan:

“Saya selalu mensyukuri apa yang saya dapatkan, termasuk bersyukur saya bisa menggunakan kosmetik karena banyak orang diluar sana tidak bisa bergaya karna kekurangan dana”³³

5. Prinsip moralitas

Konsumsi yang dilakukan atas dasar prinsip moralitas ini kita sebagai umat Islam dalam mengkonsumsi sesuatu haruslah terlebih dahulu mencapkan basmalah. Konsumsi kosmetik yang dilakukan oleh Mahasiswi UIN Alauddin Makassar belum menerapkan prinsip moralitas hal ini diungkapkan oleh salah satu Informan:

“Saya kalau memakai kosmetik, langsung pakai tidak membaca basmalah”³⁴

Hal senada diungkapkan oleh salah sorang informan

“Saya tidak membaca basmalah ketika memakai kosmetik”³⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas Mahasiswi UIN Alauddin Makassar tidak menerapkan prinsip moralitas dalam artian tidak mengucapkan basmalah sebelum menggunakan kosmetik karena dengan mengucapkan basmalah artinya kita merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya, dan mengucapkan terima kasih atas karunia yang diberikan.

³¹Novisa Azirah, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016.

³²Fadilah Nurafifah, Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Sosial, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016.

³³

³⁴Fadilah Nurafifah, Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Sosial, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016.

³⁵Reskiani, Mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum, wawancara oleh peneliti pada 10 oktober 2016.



Daftar Pustaka

- al-Asyhar, Thobieb. *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Rohani*. Jakarta: PT. Alkawardi Prima. 2003.
- Anto, Hendri. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia 2003.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Cet. III; Jakarta: Rajawali Press. 2009.
- Dokter Sehat. *Tips Memilih Kosmetik yang sesuai untuk kulit*. Http:Dokter Sehat.Com. diakses 12 Januari 2017.
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid al-Syari'ah)*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Mannan, Abdul. *Islamic Economics, Theory and Practice*. India: Idarah Adabiyah.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. XXV; Bandung Remaja: Rosdakarya. 2008.
- Notoadmodjo, Soekidjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. 1993.
- al-Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. terj. Zainal. Jakarta: Gema Insani. 1997.
- Ritonga, Haroni Doli H. *Pola Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, jurnal Ilmiah 13, no.3 Juli (2010).
- Setiadi, Nugrohi J. *perilaku konsumen konsep dan implikasinya untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2005..
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam; Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia. 2002.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. XI; Bandung: Alfabeta. 2010.
- Sumar'in. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Tim Abdi Guru, *Ekonomi SMA untuk kelas x*, Jakarta: Erlangga. 2004.