

---

## Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali

Sri Fatimah Dalimunthe<sup>1</sup>, Eka Sri Wahyuni<sup>2</sup>, Amimah Oktarina<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Univeritas Fatmawati Sukarno Bengkulu

E-mail: srifatimah592@gmail.com

---

### Article History:

Received: 05 Juni 2022

Revised: 10 Juni 2022

Accepted: 10 Juni 2022

**Keywords:** *Konsumsi Penggemar Kpop, Teori Konsumsi Al-Ghazali.*

**Abstract:** *Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana perilaku konsumsi komunitas kpopers Bengkulu dan Bagaimana perilaku konsumsi Al-Ghazali berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field search) yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan obyek yang diteliti. Adapun jenis pendekatan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana perilaku konsumsi komunitas kpopers Bengkulu berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini purposive sampling dimana peneliti telah memiliki ciri atau karakter tertentu dalam menentukan informan yaitu beragama islam, bergabung dalam komunitas, dan suka membeli barang – barang kpop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku konsumsi komunitas kpopers Bengkulu berdasarkan teori konsumsi al-ghazali tidak sesuai dan menyimpang. Dilihat dari aktivitas konsumsi komunitas kpopers Bengkulu yang hanya mementingkan keinginan untuk memperoleh kepuasan. Komunitas kpopers Bengkulu dalam membelanjakan hartanya sangat berlebihan atau israf tanpa melihat manfaat barang kpop yang hanya untuk dijadikan pajangan saja. Menurut Al-Ghazali gaya hidup seperti itu tidak cocok bagi seorang yang beriman yang memiliki tujuan hidupnya.*

---

### PENDAHULUAN

Setiap manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan pokok, kebutuhan sekunder, kebutuhan tersier, maupun kebutuhan jasmani dan rohani (Sylvia Indrayana, 2013). Konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang atau jasa) dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Hal ini untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya untuk mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhinya berbagai macam keperluan. Dalam melakukan kegiatan konsumsi harus sesuai dengan aturan – aturan syara', maka tidak akan menimbulkan problematika. Akan tetapi, ketika manusia memperturutkan hawa nafsunya dengan cara-cara yang tidak dibenarkan oleh agama, maka hal itu akan menimbulkan malapetaka berkepanjangan. (Idri, 2015).

Dalam ajaran Islam, ada beberapa hal yang menjadi titik tekan konsumsi. Pertama, konsumsi lebih diarahkan pada aspek masalah bukan utilitas. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat Islam (*Maqashid Al-Syari'ah*). Kedua, dalam Islam dilarang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (*Israf*). Ketiga, dalam Islam menekankan bahwa konsumsi dapat dilakukan sepanjang memperhatikan pihak lain yang tidak mampu. Sehingga ditekankan pada aspek Zakat, Infaq dan Shadaqah (Abdul Ghofur, 2017). Firman Allah SWT dalam Q.S Al – Furqan ayat 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧

*Artinya: Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.*

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa Islam sangat melarang sikap boros dan berlebihan dalam menggunakan harta. Islam meminta agar umatnya menjadi umat yang hemat dan selalu menggunakan hartanya untuk hal-hal yang bermanfaat. Dalam prinsip konsumsi Islam, masalah dan kepuasan harus diperoleh apabila sesuatu keinginan dilakukan berdasarkan kebutuhan maka akan memperoleh kepuasan, begitu sebaliknya apabila konsumsi hanya ingin memenuhi keinginan maka hanya akan mendapatkan manfaat saja.

Pandangan Al-Ghazali tentang konsumsi yaitu pertama, konsep Al-Ghazali tentang pemenuhan kebutuhan banyak memfokuskan kepada terpenuhnya kebutuhan manusia secara lahiriah dan bathiniah. Sehingga aspek ini merupakan salah satu hal yang penting dalam proses berkehidupan, dan dituntut untuk mengutamakan akhirat dari pada dunia. Kedua, Al-Ghazali berpendapat bahwa setiap orang bertanggung jawab atas pemenuhan kebutuhannya masing-masing dan harus mengusahakannya semaksimal mungkin (tentunya sesuai kebutuhan serta dengan norma dan etika Islam) Ketiga, bahwa Al-Ghazali selalu menekankan etika dan norma dalam mengkonsumsi yang halal dan tayyib serta menjauhi yang haram (Elvan Syaputra, 2017).

Dalam kitabnya *Ihya' Ulumuddin*, Al-Ghazali membedakan antara keinginan dan kebutuhan manusia. Menurutnya keinginan (*raghbah atau syahwiat*) adalah kehendak yang mengajak kepada kepuasan untuk memenuhi hawa nafsu. Nafsu tersebut membawa manfaat untuk masa sekarang (manfaat di dunia) dan mendatangkan pada masa yang akan datang (kesengsaraan di akhirat). Sedangkan kebutuhan (*hajah*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya. Dengan tujuan untuk mempertahankan hidup dan menjalankan fungsinya (sebagai khalifatullah di muka bumi) (Ika Yunia Fauzia, 2014).

Dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* Jilid V, Al-Ghazali membagi kebutuhan manusia menjadi tiga bagian dilihat dari kekuatan subtansinya masalah yakni: Pertama, *Daruriyyah* yaitu tujuan yang menempati posisi darurat (kebutuhan primer). Kedua, *Hajjiyah* yaitu kebutuhan menempati posisi hajat (kebutuhan sekunder). Ketiga, *Tahsiniyyat Wa Al-Zinat* (kebutuhan pelengkap).

Sikap individu terhadap pembelian suatu barang terkadang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan didorong karena adanya faktor keinginan yang kurang berguna dengan berbagai alasan lainnya yang dianggap kurang penting.

Di Bengkulu sudah mulai banyak penggemar K-Pop. Sehingga mereka membuat sebuah komunitas. Komunitas tersebut bernama Komunitas Kpopers Bengkulu yang terdiri dari beberapa *fandom* yaitu NCTzen, Exo L, army dan lain-lainnya. Para anggota dari komunitas ini pada mulanya kenal melalui situs jejaring sosial seperti Instagram, line dan Twitter. Setelah cukup lama berkenalan, mereka akan saling bertemu secara langsung dengan anggota lainnya. Kegiatan yang dilakukan para penggemar K-Pop Bengkulu diantaranya mengadakan acara ulang tahun idolnya, menonton bersama, merayakan *anniversary* dan juga acara lainnya. Setiap acara selalu ada barang-barang yang berbau idolanya seperti *lightstick*, *photocard* yang official dan unofficial serta album.

Berdasarkan pengamatan peneliti secara langsung, peneliti mengikuti *event* yang mereka buat yaitu merayakan *comeback* idolanya. Disana terlihat masing-masing mereka membawa *photocard* idolanya, ada juga yang membawa album, photo dan menggunakan hoodie yang mirip idolanya gunakan. Dari hasil wawancara dari 2 narasumber dari anggota Komunitas Kpopers Bengkulu, salah satu narasumber Lini dari fandom NCTzen mengatakan “Setiap idol mereka melakukan comeback, ia selalu membeli album idolanya”. Dan satu lagi narasumber Diana mengatakan dia suka mengoleksi *photocard* idolanya.

Harga album *boygrup* Korea tersebut berkisaran seharga RP. 200.000 an, selain membeli album mereka juga suka membeli PC (*Photocard*) dan *merchandise* yang berkaitan dengan idolanya. Setiap album idol keluar pasti selalu ada berbagai versi, biasanya ada 2 versi hingga 3 versi, untuk kalangan remaja harga *Photocard* dan album sangatlah mahal. Hal tersebut sama halnya dengan mubazir barang dan boros. Mereka lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan. Mereka tidak memikirkan hal-hal tersebut untuk masa kedepannya, mereka rela menyisihkan uang hanya untuk membeli produk yang bisa dibilang terlalu berlebihan. Seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya.

Berdasarkan penjelasan diatas tentang perilaku konsumsi penggemar K-Pop yang bertentangan dengan pendapat Al-Ghazali maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan pandangan Al-Ghazali dengan mengangkat judul “**Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali (Studi Pada Komunitas Kpopers Bengkulu)**”.

## **LANDASAN TEORI**

### **Perilaku Konsumsi**

#### 1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Konsumsi dalam arti ekonomi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan tujuan manusia mengonsumsi adalah agar memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhinya berbagai macam keperluan baik kebutuhan pokok, sekunder, barang mewah, maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani (Aulia Rahman, 2018). Kotler dan Keller mendefinisikan perilaku konsumen adalah studi bagaimana tentang individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

#### 2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi

##### a. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen (Yuge Agung Heliawan, 2018).

##### b. Faktor sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang *relative homogeny* dan permanen yang tersusun secara *hierarki* dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa (Suprihati, 2015).

##### c. Faktor pribadi

Keputusan seseorang membeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia dan tahap daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonominya, gaya hidup dan konsep diri (Guruh Taufan Hariyad, 2016).

## d. Faktor psikologis

Pilihan memberi seseorang juga mempunyai lima faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap, serta kepribadian dan konsep diri (Guruh Taufan Hariyad, 2016).

## 3. Penggemar K-Pop

Penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk suatu kelompok yang biasa disebut dengan *fandom*. *Fandom* digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga menjadi tempat berkomunikasi dengan kelompok dengan minat yang sama. Para penggemar cenderung membeli segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya tersebut, membeli barang mulai dari harga yang murah hingga yang sangat mahal (Indah Apriliani, 2021). Menurut Tartila aktivitas yang dilakukan penggemar dalam hal konsumsi adalah membeli album, k-pop, menonton konser k-pop, mengunggah video *performance*, *music video*, *music*, *variety show*, *spazzing twitter* atau *fangirling* (*update* berita K-Pop), *blog walking* dan membeli *merchandise* atau k-pop stuff.

*Merchandise* merupakan salah satu bentuk aktivitas yang dilakukan penggemar, yakni mengumpulkan (*collecting*). Produk yang berkaitan dengan idola memiliki dua (2) sifat yakni resmi (*official*) atau yang tidak resmi (*unofficial*). *Merchandise official* yang idola berasal dari pihak manajemen artis yang menaunginya seperti *Lightstick*, Album, Baju *Photocard*, Poster dll. Sedangkan produk *unofficial* idola diproduksi dari fans yang memiliki kreativitas dalam membuat design semua hal yang berkaitan dengan idola dan yang diproduksi ataupun tidak diproduksi oleh pihak manajemen artis akan diproduksi oleh fans demi keuntungan dan kesenangan fans K-Pop lainnya.

**Teori Konsumsi Menurut Al-Ghazali**

## 1. Biografi Al-Ghazali

Hujjatul Islam abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-tusi Al-Ghazali lahir di tus, sebuah kota kecil di khurasan, Iran, pada tahun 450 H (1058 M). Sejak kecil, imam Al-Ghazali hidup dalam dunia tasawuf. Ia tumbuh dan berkembang dalam asuhan seorang sufi, setelah ayahnya yang juga seorang sufi meninggal dunia.

Sejak muda, Al-Ghazali sangat antusias terhadap ilmu pengetahuan. Ia pertamanya belajar bahasa Arab dan fiqih di kota tua, kemudian pergi ke kota jurjan untuk belajar dasar-dasar usul fiqih. Setelah kembali ke kota tua selama beberapa waktu, ia pergi ke naisabur untuk melanjutkan raihlah ilmiahnya. Di kota ini, Al Ghazali belajar kepada Al Haramain abu Al ma'ali Al Juwaini, sampai yang terakhir ini wafat pada tahun 478 H (1085 M). Setelah itu, ia berkunjung ke kota Baghdad, ibu kota Daulay Abbasiyah, dan bertemu dengan Wazir Nizham Al-Mulk. Darinya, Al-Ghazali mendapat penghormatan dan penghargaan yang besar. Pada tahun 483 H (1090 M), ia diangkat menjadi guru di Madrasah Nishamiyah. Pekerjaannya ini dilaksanakan dengan sangat berhasil, sehingga para ilmuwan pada masa itu menjadikannya sebagai referensi utama.

## 2. Kaya-Karya Imam Al-Ghazali

Al-Ghazali merupakan sosok ilmuwan dan penulis yang sangat produktif, berbagai tulisannya telah bnyak menarik perhatian dunia, baik dari kalangan muslim maupun non-muslim. Para pemikir barat abad pertengahan, seperti Raymond Martin, Thomas Aquinas, dan Pascal, ditengarai banyak dipengaruhi oleh pemikiran Al-Ghazali. Pasca periode sang hujjatullah ini, berbagai hasil karyanya yang telah banyak diterjemahkan ke dalam berbagai bahasa, seperti latin, Spanyol, Yahudi, Prancis, Jerman, dan Inggris, dijadikan referensi oleh

kurang lebih 44 pemikir barat. Al-Ghazali, diperkirakan, telah menghasilkan 300 buah karya tulis yang meliputi berbagai disiplin ilmu, seperti logika, filsafat, moral, tafsir, fiqih, ilmu-ilmu Al-Qur'an, tasawuf, politik, administrasi, dan perilaku Ekonomi. Namun demikian, yang ada hingga kini hanya 84 buah. Di antaranya adalah *Ihya`Ulum Al-Din*, *Al-Munqidz Min Al-Dhalal*, *Tahafut Al-Falasifah*, *Minhaj Al'abidin*, *Qawa'id Al- 'Aqaid*, *Al-Mustashfa Min 'Ilm Al-Ushul*, *Mizan Al - 'Amal*, *Misykat Al-Anwar*, *Kimia Al-Sa'adah*, *Al-Wajiz*, *Syifa Al-Ghalil*, *Dan Al-Tibr Al-Masbuk Di Nasihat Al-Muluk*.

### 3. Teori Konsumsi Menurut Al-Ghazali

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan ekonomi-ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi *insentif* untuk meningkatkannya. Al-Ghazali juga mengemukakan tentang teori kebutuhan hidup manusia yang terdiri dari kebutuhan primer (*Dharuriyyat*), kebutuhan sekunder (*Hajiyyat*) dan kebutuhan tersier (*Tahsiniyyat*) (Jihan Eka Mufidah, 2019).

#### a. Kebutuhan *Daruriyah* (Kebutuhan Primer)

*Daruriyah* kebutuhan tingkat primer adalah sesuatu yang harus ada untuk keberadaan manusia atau tidak sempurna kehidupan manusia tanpa terpenuhinya kebutuhan tersebut. *Daruriyah* sering digunakan untuk merujuk pada semua dan jasa yang memenuhi kebutuhan primer (*primery goods*) atau mengurangi kesukaran. Kebutuhan primer meliputi sandang, pangan dan papan. Bila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka akan mengancam kelangsungan hidup atau *survival (al-baqa')* manusia di muka bumi (Abdur Rohman, 2012).

#### b. Kebutuhan *Hajiyyat* (Kebutuhan Sekunder)

Kebutuhan *hajiyyat* ialah menyangkut kepentingan atau *maslahat* yang bersifat sekunder. Jika aspek *hajiyyat* ini tidak atau belum terwujud tidaklah membawa atau menimbulkan bencana atau kerusakan tetapi dapat menimbulkan kesulitan bagi manusia. Misalnya dalam lapangan ibadah Allah SWT memberikan jalan keluarnya yaitu ada *rukhsah* misalnya boleh tidak berpuasa jika sakit atau *safar* dalam jarak tertentu atau boleh mengqasar shalat dalam perjalanan (Abdur Rohman, 2012).

#### c. Kebutuhan *Tahsiniyat* (Tersier)

Kebutuhan ini adalah kebutuhan pelengkap yang dipenuhi untuk mendapatkan kenyamanan dan kenikmatan. Islam tidak melarang seseorang untuk memenuhi kebutuhan *tahsiniyat*. Menurut Al-Ghazali kebutuhan ini adalah kebutuhan yang menyangkut kemegahan dan kemewahan. Pemenuhan kebutuhan ini dilakukan untuk menolak dan melindungi diri dari kedzaliman dan hinaan. Kebutuhan tersebut termasuk kebutuhan yang diperlukan oleh orang muslim. Seperti kemegahan yang dimiliki oleh penguasa.

Prinsip dasar konsumsi dalam pemikiran Al-Ghazali dapat dilihat sebagai berikut:

#### a. Aktivitas konsumsi didasari oleh pemenuhan kebutuhan secara lahir dan batin

Proses ini menjadi bagian pokok dalam konsumsi. Konsumsi dilakukan dengan mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan. Konsumsi tidak didasari oleh keinginan *hawa nafsu* untuk mencapai kepuasan semata, meskipun disatu sisi *nafsu syahwat* memiliki beberapa faedah tertentu. seperti nafsu untuk makan agar seseorang tetap hidup dan mencegahnya dari kematian. Nafsu bersetubuh agar seseorang mendapatkan keturunan, demi menjaga kelestarian hidup manusia. Disisi lain nafsu juga akan



mendorong manusia untuk terus memenuhi keinginan tanpa batas. Nafsu membuat manusia memili kecintaan terhadap dunia sehingga ia lupa dari mengingat Allah.

- b. Sumber pemenuhan konsumsi yang terdiri dari barang maupun jasa haruslah sesuai dengan syari'at Islam.

Merupakan komoditi yang halal, bermanfaat dan terbebas dari riba. Harta yang digunakan bukan hasil pencurian, perampasan, perampokan, korupsi dan lain-lain meskipun digunakan untuk jalan kebaikan seperti sedekah (Rozalinda, 2014). Pendapat Al-Ghazali ini didasarkan pada firman Allah dalam surah Al Baqarah ayat 18

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨  
Artinya: *Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.*

- c. Barang dan jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan ajaran Islam

Barang dan jasa tersebut harus halal dan tidak diperbolehkan mengkonsumsi sesuatu yang haram. Seperti daging babi, minuman keras, narkoba dan lain-lainnya. Dalam Q.S Al-Mu'minum ayat 51.

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ٥١

Allah berfirman, "*Wahai para rasul! Makanlah dari (makanan) yang baik-baik, dan Salehlah. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

- d. Memiliki sikap pemurah

Yaitu bersikap dalam pertengahan antara kikir dan pemborosan. Seseorang memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam konsumsi seseorang juga harus memperhatikan lingkungan sekitarnya, tidak menjaga dan memegang erat hartanya yang bersifat kikir, tidak menyempitkan dan menahan diri dari aktifitas konsumsi. Selain itu ia juga tidak membelanjakan harta dengan berlebihan. Sebab perilaku ini akan menjadikan seseorang membuang-buang hartanya. Kedua perilaku tersebut adalah perilaku yang dilarang dalam islam. Maka manusia harus menjauhinya (Umi Ni'matin Choiriyah, 2018). Q.S. Al-Furqan Ayat 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧

Artinya: *Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.*

- e. Konsumsi harus dilakukan sesuai etika atau norma dalam syariat islam

Misalnya dalam mengkonsumsi makanan seseorang harus memakai tangan kanan. Dalam mengkonsumsi pakaian seseorang harus memakai pakaian yang menutup aurat. Pendapat ini didasari

Q.S. Al-A'raf ayat 26

يٰٓبَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ بَيْنِكُمْ وَرَبِّسًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِمَّا أَلَّهَ لَهُمْ يَذَكَّرُونَ ٢٦

Artinya: *Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat”.*

Teori konsumsi menurut Al-Ghazali tidak hanya berorientasi kepada kepuasan saja. Meskipun Al-Ghazali tidak menafikan tabiat manusia yang cenderung mengikuti keinginannya. Al-Ghazali menganjurkan agar hati-hati dalam menjaga harta, termasuk menjaga hartanya dari nafsu syahwat yang selalu menuntut kepuasan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Menurut Al-Ghazali kebutuhan (*Hajat*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan keberlangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Seperti dalam hal kebutuhan makanan dan pakaian, Islam selalu mengaitkan kegiatan memenuhi kebutuhan dengan tujuan utama manusia di ciptakan, kebutuhan manusia dalam mengkonsumsi sebenarnya memiliki tingkat urgensi yang tidak selalu sama, terdapat prioritas – prioritas diantara satu dengan yang lain yang menunjukkan tingkat kemanfaatan dan kemendesakkan dalam pemenuhannya

## **METODE PENELITIAN**

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode lapangan (*field research*) yaitu yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Untuk mengkaji masalah perilaku konsumsi penggemar K-Pop berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali komunitas kpopers Bengkulu. Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari hasil wawancara yang telah dilakukan. Waktu penelitian yang diperlukan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu pada tanggal 9 April 2022 – 15 April 2022. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Bengkulu. Informan penelitian ini yang diambil dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sumber data dan teknik yang digunakan yaitu ada dua data primer dan data sekunder. Data yang telah di peroleh oleh peneliti, kemudian di kelola dengan teknik pengelolaan yang dilakukan oleh peneliti yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu data reduksi mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. data disply dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Perilaku konsumsi diartikan sebagai setiap perilaku konsumen dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam ekonomi konvensional perilaku konsumsi membentuk suatu perilaku konsumsi yang materialistik, berlebihan, serta boros untuk memenuhi kepuasan konsumsinya. Sedangkan dalam islam konsumsi selalu berpedoman pada ajaran islam dan pencapaian masalah (Anwar Liling, 2019).

#### 1. Awal mengenal kpop

Sebelum menjadi seorang penggemar kpop, pastinya ada awal mulainya seseorang tertarik terhadap kpop. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa awal mula ketertarikan penggemar terhadap kpop yaitu penampilan fisik dari idol itu, pengaruh teman, melalui televisi di indonesia yang menyiarkan drama – drama dan konser – konser artis kpop. Selain itu juga ada pengaruh internet seperti Youtube.

#### 2. Bentuk-bentuk perilaku konsumsi kpopers Bengkulu

Bentuk – bentuk konsumsi penggemar kpop berupa pakaian yang mirip idol yang mereka suka dan mengoleksi *merchandise*. *Merchandise* merupakan suatu barang yang dikeluarkan oleh perusahaan maupun grup tertentu dengan tujuan menunjang aktivitas promosi serta meningkatkan brand dari perusahaan tersebut. Sebagian penggemar kpop gemar mengoleksi *merchandise* yang dikeluarkan oleh idolnya. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa komunitas kpopers Bengkulu gemar mengoleksi merchandise yang dikeluarkan oleh idolnya. Mulai dari *album*, *photocard*, *t-shirt* logo idolnya dan merchandise lainnya.

3. Alasan mengonsumsi barang-barang kpop

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa komunitas kpopers Bengkulu suka mengonsumsi barang-barang kpop dengan alasan sebagai berikut:

- a. Sebagai bentuk apresiasi terhadap idolnya
- b. Imut dan lucu merchandise yang dikeluarkan
- c. Mengoleksi merchandise dapat mengembalikan mood atau mengurangi stress
- d. Keinginan untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan.
- e. Sebagai petanda status anak kpop

4. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi penggemar kpop Bengkulu

a. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga serta peran dan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil yang mempunyai pengaruh langsung. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa faktor teman dan bergabung dalam komunitas sangat mempengaruhi mereka dalam mengonsumsi barang-barang kpop.

b. Faktor pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian, meliputi usia dan tahap dalam siklus pembelian, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa beberapa komunitas kpopers Bengkulu dalam mengonsumsi barang kpop itu karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi barang-barang kpop demi kepentingan emosional sebagai penggemar.

c. Faktor Psikologis

Pilihan atau keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu: motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Ketertarikan pada penampilan fisik dan gerakan tari para penyanyi idol memotivasi mereka untuk mengekspresikan perasaan kasih sayang mereka melalui pembelian barang-barang kpop yang berkaitan dengan idol nya dan untuk memperkuat identitas mereka sebagai penggemar.

**Pembahasan**

Secara umum konsumsi dapat didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tujuannya untuk mencari kepuasan (utility) tertinggi, bertolakbelakang dengan islam, tujuan utama dari konsumsi dalam islam adalah untuk mencapai masalah duniawi dan ukhrawi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mencapai kepuasan.

Dalam aktivitas konsumsi komunitas kpopers Bengkulu melakukan aktivitas konsumsi yang bertujuan sebagai mencari kepuasan semata, hal ini dibuktikan dengan banyaknya koleksi



*merchandise* K-Pop seperti *photocard*, *binder photocard*, *album*, *lightstick*, *boneka doll*, *gantungan kunci*, *pin*, *poster*, dan produk yang di brand ambassador idolnya. Alasan komunitas kpopers Bengkulu suka mengonsumsi barang-barang kpop selain untuk mencari kesenangan dan kepuasan, mereka merasa jika membeli barang-barang kpop dapat membantu karya-karya dari idol yang mereka suka hal tersebut sebagai bentuk apresiasi seorang penggemar terhadap idola. Selain itu bentuk *merchandise* yang imut dan lucu membuat keinginan mereka untuk membeli dan bisa menghilangkan mood mereka.

Konsumsi yang dilakukan oleh komunitas kpopers Bengkulu memperlihatkan bahwa perilaku yang dilakukan mereka disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi barang-barang kpop demi kepentingan emosional sebagai penggemar selain itu faktor setelah bergabung dalam komunitas membuat hasrat mereka semakin tinggi untuk membeli barang-barang kpop dan juga untuk memperkuat identitas mereka sebagai penggemar. Hal ini memunculkan perilaku konsumtif dalam diri mereka.

Berdasarkan pemaparan data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam aktivitas konsumsi komunitas kpopers Bengkulu melakukan aktivitas konsumsi yang bertujuan sebagai mencari kepuasan semata, hal ini dapat dilihat dari barang-barang kpop yang mereka konsumsi. Konsumsi yang dilakukan oleh komunitas kpopers Bengkulu disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi barang-barang kpop demi kepentingan emosional sebagai penggemar ditambah dengan pengaruh lingkungan komunitas kpopers Bengkulu semakin membuat hasrat mereka untuk terus mengonsumsi. Hal ini memunculkan perilaku konsumtif dalam diri mereka.

Perilaku konsumsi komunitas kpopers Bengkulu berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali yaitu

1. Konsep Al-Ghazali tentang pemenuhan kebutuhan banyak memfokuskan kepada terpenuhnya kebutuhan manusia secara lahiriah dan bathiniah. Proses ini menjadi bagian pokok dalam konsumsi. Konsumsi dilakukan dengan mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Konsumsi tidak didasari oleh keinginan hawa nafsu untuk mencapai kepuasan semata, meskipun di satu sisi nafsu syahwat memiliki beberapa faedah tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas kpopers Bengkulu tidak mencemaskan kebutuhan sehari-hari dan tempat tinggal karena mereka masih tinggal bersama orang tua sehingga komunitas kpopers Bengkulu tidak memikirkan kebutuhan melainkan mengutamakan keinginan. Untuk memenuhi keinginan, mereka mengikuti hawa nafsu untuk mengonsumsi barang-barang kpop tanpa melihat manfaat dari barang-barang tersebut meski harga-harga barang-barang kpop bisa dibilang cukup mahal mereka beli hanya untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan.

Hal ini bertentangan dengan pendapat Al-Ghazali. Al-Ghazali mengatakan membelanjakan harta harus hati-hati dan tidak mengikuti hawa nafsu. Hal ini bisa mendatangkan melarat pada masa yang akan datang.

2. Sumber pemenuhan konsumsi yang terdiri dari barang maupun jasa haruslah sesuai dengan syariat Islam, artinya sumber dana yang akan digunakan adalah dana yang halal dan tidak mengandung riba.

Komunitas kpopers Bengkulu membeli barang – barang kpop dengan menabung uang jajan yang diberikan orang tua, selain itu ada juga beberapa informan membeli barang tersebut dengan gaji mereka dan berjualan. Mereka tidak membebani orang tua untuk membeli barang – barang itu, mereka beli dengan usaha mereka. Bahkan ada informan

berkata jika ia ingin membeli barang-barang kpop dia tidak pernah meminta kepada orang tua kecuali dari hasil keringat sendiri.

Dilihat dari sumber dana untuk membelanjakan barang-barang tersebut sesuai syariat islam namun penggunaan uang tersebut tidak karena mereka menabung untuk membeli barang-barang kpop bukan untuk menabung masa depan.

3. Barang dan jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan ajaran islam. Barang dan jasa tersebut harus halal, Barang-barang kpop tidak sesuai dengan ajaran islam tapi juga tidak diharamkan selagi tidak berlebihan dalam mengonsumsinya. Komunitas kpopers Bengkulu sadar bahwa barang-barang kpop tidak sesuai dengan ajaran islam tapi mereka tetap mengonsumsinya karena menurut mereka jika menyangkut dengan hobbi itu sah.
4. Memiliki sikap pemurah. Yaitu bersikap dalam pertengahan antara kikir dan pemborosan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas kpopers Bengkulu dalam membelanjakan barang-barang kpop cukup berlebihan atau israf. Dimana barang-barang tersebut hanya menjadi pajangan di kamar. Hal ini tidak sesuai dengan teori konsumsi Al-Ghazali yang selalu menekankan sikap pemurah yaitu bersikap pertengahan antara kikir dan pemborosan.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas dapat diketahui bahwa aktivitas konsumsi komunitas kpopers Bengkulu bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, namun mulai bergeser pada pemenuhan keinginan. Sumber dana yang digunakan melalui bekerja dan menabung hanya untuk mengonsumsi barang-barang kpop daripada menabung untuk masa depan atau berinvestasi. Mereka sadar barang-barang kpop tidak sesuai dengan syariat islam namun mereka tetap mengonsumsinya karena menganggap itu hobbi dan sah-sah saja.

Komunitas kpopers Bengkulu Dalam membelanjakan hartanya sangat berlebihan atau israf tanpa melihat manfaat barang kpop yang hanya untuk dijadikan pajangan saja padahal Al-Ghazali menyarankan untuk bersifat pemurah yaitu sikap pertengahan antara kikir dan pemborosan.

Oleh karena itu, perilaku konsumsi komunitas kpopers Bengkulu berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali menyimpang dan tidak sesuai. Menurut Al-Ghazali gaya hidup seperti itu tidak cocok bagi seorang yang beriman yang memiliki tujuan hidupnya untuk mencapai derajat tertinggi dalam ibadah dan ketaatan. Namun, gaya hidup demikian tidak seluruhnya haram.

## **KESIMPULAN**

1. Konsumsi yang dilakukan oleh komunitas kpopers Bengkulu disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi barang-barang kpop demi kepentingan emosional sebagai penggemar ditambah dengan pengaruh lingkungan komunitas kpopers Bengkulu semakin membuat hasrat mereka untuk terus mengonsumsi. Hal ini memunculkan perilaku konsumtif dalam diri mereka.
2. Komunitas kpopers Bengkulu dalam membelanjakan hartanya sangat berlebihan atau *israf* tanpa melihat manfaat barang kpop yang hanya untuk dijadikan pajangan saja padahal Al-Ghazali menyarankan untuk bersifat pemurah yaitu sikap pertengahan antara kikir dan pemborosan. Oleh karena itu, perilaku konsumsi komunitas kpopers Bengkulu berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali menyimpang dan tidak sesuai. Menurut Al-Ghazali gaya hidup seperti itu tidak cocok bagi seorang yang beriman yang memiliki tujuan hidupnya untuk mencapai derajat tertinggi dalam ibadah dan ketaatan. Namun, gaya hidup demikian tidak seluruhnya haram.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji dan syukur atas rahmat Allah Subhanahu wata'ala yang di limpahkan karuniaNYA kepada penulis sehingga terselesainya penelitian ini dengan keterbatasan waktu yang dimiliki serta ucapan terima kasih juga penghargaan yang sebesar-besarnya saya berikan untuk para editor, reviewer, juga penulis yang sudah mereview dan mempublikasikan dalam Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi (Ekoma), serta sumber studi yang sudah menyempatkan waktu serta berpartisipasi pada studi ini. Allah Subhanahu wata'ala yang sudah memberi rahmat-Nya untuk penulis, lalu studi ini bisa dikerjakan secara tepat dengan waktunya.

## DAFTAR REFERENSI

- Al-Ghazali, *Ihya Ulum Al-Din*, Jilid III, Terj: ismail yakub, C.V. Faizan, Jakarta, 1985.
- Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, Jilid IV Terj: ismail yakub, C.V. Faizan, Jakarta, 1985.
- Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, Jilid V Terj: ismail yakub, C.V. Faizan, Jakarta, 1985.
- Anggraini, Ranti Tri dan Fauzan Heru Santhoso. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja*, Gadjah Mada Journal Of Psychology, Vol. 3. No. 3. 2017.
- Choiriyah, Umi Ni'matin. *Konsumsi Dalam Pandangan Al Ghazali*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang: Skripsi, Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora. 2018.
- Faizah, Ismaul. *Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al-Ghazali*, JIES: Journal Of Islamic Economics Studies. Vol. 1. No. 2. 2020.
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah*, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Hariyad, Guruh Taufan. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja Di Minimarket (Studi Pada Indomaret Dan Alfamart Di Semarang*, JPEB: Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, Vol.1. No. 1. 2016.
- Haryani, Ira. 2012. *Korean Wanna Be, Easy Book*, Yogyakarta: Easybook.
- Huda, Nurul. *Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim*, EKUITA: Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. 2. No. 2. 2018.
- Idri. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Karim, Adiwarmaz Azwar. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Depok: Rajawali Pers, 2019
- Komala, Cucu. *Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Iman Al- Ghazali*, Jurnal Perspektif, Vol. 2. No. 2. 2018.
- Liling, Anwar. *Konsep Utility Dalam Perilaku Konsumsi Muslim*. Jurnal Balance, Vol. 1. No. 1. 2019.
- Lusiana, Bella. *Implementasi Teori Konsumsi Berdasarkan Pandangan Al-Ghazali*, Bengkulu: Institute Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2021
- Lutfi, Mohammad. *Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Syarie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam, Vol. 1. 2019.
- Mufidah , Jihan Eka Dkk. *Tinjauan Teori Konsumsi Al Ghazali Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa* , Keuangan Dan Perbankan Syariah. Vol.5 No. 2. 2019.
- Muthi'ah, Anny Kholilatul. *Perilaku Konsumtif Santri Asrama Putri Pondok Pesantren Al-Islam Joresan Perspektif Al-Ghazali*, Ponorogo: Institute Agama Islam Negeri Ponorogo: Skripsi, Fakultas Syariah 2021.
- Poh, Sylvia Indrayana dan Budi Hendrawan. *Perilaku Konsumsi Dan Faktor-Faktor Yang*

- Mempengaruhi Masyarakat Surabaya Dalam Mengonsumsi Produk-Produk Pastry Dan Bakery*, Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol. 1. No. 1. 2013.
- Prasetyo, teguh dan Bodroadtuti. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen*. Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis, 2012.
- Rahman, Aulia dan Muh Fitrah. *Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makassar*. LAA MAISYIR, Vol.5. No. 1. 2018.
- Rohman, Abdur. *Konsep Kebutuhan Dan Keinginan imam Al-Ghazali*, Edu-Islamika, Vol.4. No. 01. 2012.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif Bandung*: Penerbitan Pustaka Ramadhan, 2017.
- Saprida, Dkk. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2021
- Taqwin, Yeni Nur. *Perilaku Penemuan Informasi Pada Komunitas Kpop Ever Lasting Friends (ELF) Surabaya*. Universitas Airlangga Surabaya: Skripsi, Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik. 2016.