

**IMPULSIF BUYING BEHAVIOR SANTRI DARUSSALAM
BLOKAGUNG DALAM PERSPEKTIF MAQOSID SYARIAH
(Studi Kasus PP Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi)**

Luluk nafisah¹, Yunus Zamrozi²

Institut agama islam darussalam blokagung banyuwangi

Email : lunazahwa1410@gmail.com¹, iaida@gmail.com²

ABSTRACT

This research is motivated by students who often make purchases suddenly using qualitative research methods with phenomenal research types. In this study, primary and secondary data sources are used. The data analysis technique used in this study is the interactive model. The focus of this research is how impulse buying behavior is on the behavior of the students of the Darussalam Islamic Boarding School, the northern daughter of Banyuwangi Regency. This research aims to find out how impulse buying behavior is on the behavior of the students of the Darussalam Islamic Boarding School, North Putri in a maqosid sharia perspective. The results showed that the impulsive buying behavior of the Darussalam Putri Islamic Boarding School students was not balanced with the maqosid sharia masalah category which was hifdzul maal because in spending their wealth it was not appropriate because in shopping there was lust or desire that could not be restrained. The conclusion from the research that has been done by the researcher is that the type of impulse buying made by the students of Darussalam Putri Utara is purely impulsive, namely buying because of an emotional outburst which causes consumers to buy products outside of the habit of buying.

Keywords: impulsive buying behavior and Maqosid sharia

Abstrak

Penelitian ini di latar belakang oleh santri yang sering sekali melakukan pembelian secara tiba-tiba yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologis. Adapun dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu interaktif model. Fokus penelitian ini adalah bagaimana *impulse buying behavior* pada perilaku santri Pondok Pesantren Darussalam putri utara Kabupaten Banyuwangi. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *impulse buying behavior* pada perilaku santri Pondok Pesantren Darussalam putri utara dalam perspektif maqosid syariah. Hasil penelitian menunjukkan perilaku pembelian impulsif yang dilakukan santri Pondok Pesantren Darussalam putri utara tidak seimbang dengan *masalah* kategori maqosid syariah yang hifdzul maal karena dalam membelanjakan hartanya belum sesuai dikarenakan dalam berbelanja adanya syahwat atau

keinginan yang tidak bisa ditahan. Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti bahwa tipe pembelian *impulsif* yang dilakukan oleh santri darussalam putri utara adalah *pure impulsiv* yakni pembelian karena adanya luapan emosional yang mengakibatkan konsumen melakukan pembelian produk diluar kebiasaan dalam pembeliannya.

A. Pendahuluan

Konsumsi adalah sebuah tindakan penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia dalam berbagai segi kalangan baik tua, muda, kaya, ataupun miskin yang bertujuan memenuhi kesejahteraan dalam memenuhi segala jenis kebutuhan baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Islam mengatakan bahwa memenuhi kebutuhan atau penggunaan komoditas harus sesuai dengan alqur'an dan hadisnya baik dalam segi sandang, pangan, atau untuk memenuhi tercapainya kesejahteraan baik di dunia maupun diakhirat. (Ermawati (2021)

Konsumsi yang diabaikan berarti mengabaikan kebutuhan manusia dan tugasnya dalam kehidupan, dari segi sisi yang lain memang pada dasarnya seorang individu dengan individu lain memiliki penilaian yang berbeda tergantung dari sisi mana batas kemampuan yang mereka mampu seperti orang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman luas berbeda halnya dengan orang yang masih kurang dalam pengetahuan dan pengalaman dalam konsumsi, orang yang mampu dalam perekonomiannya berbeda pada orang yang kurang mampu dalam perekonomiannya (husnia,2020).

Motif konsumsi saat ini lebih mementingkan aspek pemenuhan keinginan (*wants*) daripada aspek pemenuhan kebutuhan, konsumsi saat

ini terdapat berbagai macam jenisnya yang disebut dengan perilaku konsumtif, perilaku konsumtif itu sendiri yaitu saat seseorang yang memiliki gairah atau hasrat untuk mengonsumsi suatu barang yang sebetulnya baginya tidak dibutuhkan secara lebih hanya saja untuk memuaskan keinginannya. Yang pada intinya dari perilaku konsumtif itu sendiri bukan untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi karena adanya keinginan untuk memuaskan keinginannya.

Dengan demikian budaya konsumtif ini akan dapat membuat kekhawatiran juga mampu membahayakan rancunya mememanag keuangannya hal ini terjadi saat kalangan santri lama atau baru ketika melewati suatu toko atau koperasi yang disediakan di Pondok cenderung secara tiba – tiba atau spontan melakukan pembelian suatu barang tanpa adanya rencana. Banyaknya barang atau produk yang menarik di toko yang ada pesantren telah mampu mempengaruhi pola pikiran, gaya hidup, dan selera daya beli santri pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung yang sesuai dengan nilai barang atau produk tersebut, hal ini memudahkan santri Pondok Pesantren Darussalam Blokagung sehingga santri pondok putri utara Darussalam Blokagung hanya semata-mata bentuk hasrat dan keinginan atau motivasi untuk tidak ketinggalan trend yang saat ini lagi tren. Pembelian impulsif terjadi akibat adanya dorongan temannya atau lingkungan toko yang membuat dia tiba-tiba tertarik dengan sangat kuat sehingga

akhirnya membeli produk tersebut tanpa berfikir panjang apakah barang ini benar – benar dibutuhkan atau tidak (Indra,dkk :2013).

Berdasarkan gaya belanja secara tiba – tiba maka dari itu setiap kegiatan konsumsi yang ada pada ajaran agama islam haruslah memperhatikan rambu – rambu atau batas – batasan yang diajarkan dalam agama islam. Akan tetapi yang perlu diperhatikan dan diamati yaitu adanya motivasi berbelanja secara tiba- tiba atau impulsif itu sendiri seperti halnya adanya banyak tipe dan alasan konsumen dalam berbelanja. Dalam *Impulsive buying* harus memperhatikan konsep – konsep yang tergolong baik dalam tingkat *dharuriyat* (kebutuhan primer), *hajjiyat* (sekunder) dan *tahnisiya* (tersier) dengan semangat *maqasid syariah*, sehingga manusia nantinya lebih mengedepankan kebutuhan (*needs*) daripada keinginan (*wants*) dalam membatasi keinginan yang tidak bisa dibatasi.

Melihat penjelasan diatas Peneliti tertarik dalam meneliti masalah cara berbelanja santri secara *impulse buying* yang mana ketika dia masuk ke sebuah tempat pembelian atau lewat dipinggiran jalan lalu secara tiba- tiba dia membeli tanpa adanya rencana dari rumah atau langsung membelinya tanpa adanya pikir panjang yang menurutnya menarik sehingga saya ingin meneliti masalah ini apakah dalam berbelanja seperti itu bisa dikatakan *maslahat* yang terdapat dalam perspektif maqosid syariah.

B. Landasan Teori

Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Engel dkk dalam Utami (2017) konsumen adalah suatu tindakan yang terlibat secara langsung dalam mengkonsumsi, mendapatkan, dan membuang suatu barang ataupun jasa, yang termasuk dalam mendahului dan mengikuti aktivitas tersebut. Solomon dalam Priansa (2017) mengatakan bahwa perilaku konsumen mempelajari tentang segala hal dalam proses bagaimana konsumen dalam memilih, membeli, memakainya atau membuangnya baik berupa suatu produk atau jasa, ide ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pada konsumen itu sendiri.

Menurut Priansa (2017) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen yaitu perilaku yang menampakkan mereka dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Dasar dari perilaku konsumen itu sendiri adalah tindakan atau perilaku yang mengandung faktor-faktor yang mempengaruhi suatu tindakan tersebut menghubungkan cara untuk mendapatkan produk baik jasa maupun produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen merupakan kata yang kompleks yang kadang sangat sulit untuk diutarakan dengan kata-kata.

Dalam Al – Qur'an perilaku konsumen sangatlah diperhatikan dalam masalah aturan dalam mengkonsumsi yang dijelaskan dalam surat

al-isra' yang menjelaskan bahwa sebagai konsumen dianjurkan untuk tidak melampaui batas yang sudah dibatasi dikarenakan Allah SWT tidak suka terhadap orang yang berlebih-lebihan (boros) yang tidak hanya untuk kebutuhan dunia saja tapi akhirat juga.

Pengertian *impulsif buying*

Impulsif buying adalah suatu bagian dari kondisi yang dikenal dengan sebutan “*unplanned purchase*” atau pembelian yang tidak direncanakan. Dengan kata lain pembelanjaan yang terjadi berbeda dengan perancangan ketika akan berbelanja. Menurut rook dalam komala (2018) memberikan pengertian tentang *impulsif buying* sebagai pengalaman yang sangat mendukung dan mendesak konsumen untuk membeli dengan segera yang mungkin adanya konflik emosional dan pengabaian sebab negatif hal ini dikarenakan bahwa konsumen sedang terburu-buru akibat bujukan atau visual yang menarik mata.

Fauzia (2018) juga mengatakan bahwa *Impulsif buying behavior* adalah suatu tindakan pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa adanya rencana yang digerakkan oleh pemikiran spontan yang disebabkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor yang mengakibatkan terjadinya *impulsif buying* yaitu merk, kinerja, dan teknologi. Keterlibatan konsumen dalam gaya hidup, sikap individual, lingkungan toko, pendapatan penghasilan, dan fasilitas layanan kartu pinjaman atau kredit.

karakteristik *impulsif buying*

Menurut observasi yang dilakukan oleh Rook yang dikutip Engel, et al dalam Komala (2018) bahwa *impulsif buying* memiliki jenis-jenis karakter diantaranya:

1. *Spontaneity impulsif buying*, memotivasi konsumen untuk membeli segera secara spontan, hal ini sering terjadi dikarenakan tanggapan dengan stimulus visual langsung ditempat penjualan.
2. *Disregard for consequences*, mengabaikan konsekuensi negatif hanya ingin membeli barang yang tidak dapat ditolak.
3. *Power, compulsion and intensity*, mengesampingkan hal-hal lain karena adanya motivasi dan bertindak cepat
4. *Excitement and stimulation*, keinginan untuk membeli secara tiba-tiba karena adanya emosi seperti “ exiting”, “thrilling”, atau “wild” yang mengakibatkan munculnya kegairahan dan stimulus. (Utami 2010).

Macam-Macam Pembelian Impulsif

Menurut London dan Bitta dalam Komala (2018) mengatakan pembelian *impulsif* dibagi menjadi 4 macam antara lain:

1. *Pure impulsif* (impuls asli) yaitu pembelian yang berdasarkan karena adanya luapan emosi dari konsumen untuk memuaskan keinginannya dan pembelian semacam ini dikategorikan sebagai pembelian yang tidak normal.

2. *Suggestion impuls* (impuls anjuran) yaitu pembelian terjadi karena adanya saran dari suatu produk, melihat cara penggunaannya, dan merasa akan membutuhkannya yang sebenarnya masih digunakan pada masa yang akan datang.
3. *Reminder impuls* (impuls pengingat) yaitu pembelian yang dilakukan oleh konsumen karena tiba-tiba teringat untuk membeli produk tersebut. Biasanya hal ini terjadi karena konsumen pernah mengetahui suatu produk tersebut di toko, iklan, atau informasi yang lainnya..
4. *Planned impuls* (impuls terencana) yaitu pembelian yang terjadi saat konsumen memasuki suatu tempat pembelanjaan dengan harapan adanya diskon, kupon, voucher dan lain sebagainya tanpa merencanakan produk yang mau dia beli.

Menurut ftri dalam komala (2018) terdapat 4 tipe pembelanjan impuls antara lain:

1. Ciri kompensatif, yaitu berbelanja karena ingin meningkatkan diri dikarenakan bagi mereka berbelanja merupakan sarana untuk melarikan diri dari berbagai masalah yang dialami seperti problem pekerjaan, rumah tangga, dan keluarga
2. Ciri akseleratif yaitu pembelian terjadi karena adanya penawaran sale di pusat pembelanjaan walaupun tidak dibutuhkan pada saat membeli tetapi barang tersebut digunakan utuk mengantisipasi kebutuhan yang akan datang.
3. Ciri terobosan yaitu pembelian terjadi tanpa adanya perencanaan yang matang seperti jalan-jalan dipusat pembelanjaan dan melihat ada

pameran mobil atau rumah mereka langsung menandatangani kontrak tersebut bagi mereka meanggapnya sebagai lambang mulainya babak baru dalam kehidupannya, meskipun sebenarnya keinginan tersebut sudah lama ada pada dirinya.

4. Ciri pembeli buta yaitu pembelian barang tanpa adanya pertimbangan yang matang.hal ini sulit untuk memahami latar belakang mereka dalam berbelanja seperti itu.

Pengertian maqosid syariah

Menurut al syatibi yang dikutip oleh busyro (2018) *Maqosid syariah* secara etimologi terdiri dari dua kata, yaitu *maqosid* dan *syariah*. *Maqosid* merupakan bentuk jamak dari kata *maqos* berasal dari kata *qoshod*, *yaqsidhun*, *qoshidan*, yang artinya keinginan yang kuat, berpedoman teguh dan disengaja. Sedangkan kata *syariah* secara etimologi yaitu jalan menuju sumber air yang artinya mengarah ke sumber pokok kehidupan. *Syariah* berasal dari al-qur'an dan as-sunnah yang mutawatir yang sama sekali belum tercampuri oleh pemikiran manusia, dan sesungguhnya *al-syariah* itu bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan seseorang di dunia maupun di akhirat, hal penting yang harus ada dalam *syariah* yaitu perlindungan *maqosid syariah* yang merupakan perlindungan *kemaslahatan* manusia yang nantinya digunakan sebagai tindakan untuk menunjang landasan – landasan *masalahah*. Sebagaimana diterangkan bahwa *maqosid syariah*

Demikian pengertian *maqosid syariah* yaitu membawa manfaat dan kebaikan kepada seseorang dan menghindari seseorang dari perkara yang membahayakan dan merusak pada dirinya.

Selain itu, mengamalkan sesuai dengan *maqosid* ini akan mengantarkan manusia untuk mewujudkan kemaslahatan pada agama, jiwa, keturunan, akal, dan hartanya.(busyro,2018) Hal ini merupakan bentuk-bentuk pemeliharaan untuk mewujudkan kemaslahatan *ushulul khomsah* yakni agama, akal, jiwa, keturunan, dan harta. Pemeliharaan *ushulul khomsah* dibagi juga tingkatan kebutuhan dalam skala prioritas yakni pemeliharaan dalam bentuk *dhoruriyatnya*, sebagai prioritas utama, *al hajiyyah* sebagai prioritas kedua, dan pemeliharaan dalam bentuk *al tahsiniyah*, sebagai prioritas ketiga.

Beberapa penelitian terdahulu yang di teliti oleh Sarif Akbar dan Ahmad Ridzwan (2017) menunjukkan hasil penelitiannya bahwa konsep *maslahat* dan *mafsadat* menurut Imam Ghazali adalah tercapainya kemaslahatan dan pencegahan terhadap kemadhorotan yang merupakan tujuan memelihara tujuan dan syara'dalam hukum. Penelitian oleh Nur Rahma dan Muadi Idris, (2018) tentang *impulsif buying behavior* dalam perspektif ekonomi islam bahwa *impulsif buying behavior* harus memperhatikan bagian yang tergolong kebutuhan primer (*dhoruriyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan tersier (*tahsiniyat*) dengan dorongan *maqosid syariah*, sehingga manusia akan mementingkan kebutuhan daripada keinginan dalam menahan

keinginan yang tidak terbatas. Adapun dana yang dikeluarkan secara tiba-tiba tanpa adanya rencana seperti bersedekah, infak, dan menunaikan zakat ini diperbolehkan bahkan tidak dinamakan sebagai tindakan perilaku boros yang bertujuan semata-mata untuk ibadah. Penelitian Cucu Komala (2018) yang berjudul “ perilaku konsumsi *impulsif buying behavior* dalam perspektif imam ghozali menghasilkan maksud penelitian yang ia teliti yakni bahwa kebutuhan haruslah mengandung *masalah* yang tidak bisa lepas dengan pedoman *maqosid syariah*. Adanya ilmu ekonomi konvensional karena terjadinya kesenangan antara sumber daya yang terbatas yang berhadapan pada keinginan yang tidak bisa dibatasi. Penelitian Aushofun Niha (2019) yang berjudul” *impulsif buying behavior* santri perspektif *masalah* Imam Ghozali. Hasil penelitian yang diteliti oleh Aushofun Niha yaitu santri mahasiswa pondok pesantren darussalam blokagung tegalsari banyuwangi yaitu seimbang antara pembelian yang dilakukan karena adanya kebutuhan baik itu pembelian yang direncanakan atau tiba-tiba (*impuls*). Penelitian Dimas Pratomo Dan Liya Ermawati,(2019) yang berjudul “kecenderungan pembelian impulsive (tidak direncanakan Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam) menghasilkan bahwa, sebesar 44% responden menunjukkan bahwa pengunjung mall malioboro yogyakarta cenderung melakukan pembelian impulsif dengan pure impulsif yang mana pembelian sejenis ini tanpa adanya pertimbangan yang mengakibatkan adanya pertentangan dengan islam karena adanya dasar hawa nafsu, preferensi, kesenangan, tanpa memikirkan apakah produk tersebut

berguna atau memang jenis kebutuhan. Kemudian dari keempat jenis *pembelian impulsif*, setidaknya tiga jenis yang tidak bertentangan dengan prinsip konsumsi Islami, selama pembelian tersebut tetap berada pada prinsip konsumsi islam.

C. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *impulsif buying behavior* santri dalam perspektif maqosid syariah dengan menggunakan pendekatan kualitatif jenis penelitian fenomenologis, menurut Creswell (2012) penelitian fenomenologis merupakan peneliti mengumpulkan data penelitian dengan observasi partisipan untuk mengetahui fenomena esensial partisipan dalam pengalaman dalam hidupnya. Tujuannya adalah mereduksi pengalaman individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi atau intisari universal. Fenomena yang sering terjadi dari pengalaman individu pada santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi adalah *impulsif buying behavior* dalam perspektif maqosid syariah, fenomena ini adanya peninjauan pembelian tipe apa yang sering dilakukan oleh santri

Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder (Subagiyo, 2017).

Prosedur Pengumpulan Data

Pada penelitian ini proses prosedur pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan, mengamati dan memformulasikan data primer dan sekunder yang terkait dengan masalah pada penelitian. Prosedur pengumpulan dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Keabsahan Data

Menurut Moleong yang dikutip niha (2019) dibutuhkan sebuah teknik pemeriksaan untuk menetapkan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi dalam penelitian. Adapun Triangulasi merupakan teknik pemasaran keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong 2011:330).

Analisis data

Dalam penelitian ini yang ditemukan oleh miles dan huberman dalam sugiono (2013: 404) yaitu menggunakan alat analisis interaktif model aktivitas dalam analisis data kualitatif yang dilakukan secara terus-terus menerus hingga tuntas sehingga datanya jenuh. Analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

D. Hasil

Perilaku impulsif yang dilakukan santri Pondok Pesantren Darussalam Putri Utara yakni tidak seimbang antara kebutuhan dan keinginan. Pembelian yang didasari oleh kebutuhan dan keinginan. Pembelian yang

dilakukan karena adanya kebutuhan baik itu pembelian yang direncanakan atau akibat dari reaksi impulsif, cenderung pada kebutuhan *dhoruriyah* atau kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan dan kebutuhan *hajjiyat* atau kebutuhan sekunder. Sedangkan, keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh keinginan sering kali dilakukan dalam pembelian impulsif. Santri mahasiswa ketika melakukan pembelian karena faktor keinginan sebagian besar tidak memperhatikan manfaat dan kegunaan barang yang di beli.

Perilaku pembelian impulsif santri Pondok Pesantren Darussalam putri utara Blokagung Kabupaten Banyuwangi melakukan pembelian yang dilakukan sebagai pemuas keinginan hanya akan menimbulkan sifat boros dan menghambur-hamburkan harta. Seperti yang di ungkapakan oleh KH. Ally Asyiqin yang mengatakan “ jika dalam membeli barang atau jasa adanya unsur keinginan atau adanya timbul perilaku isrof atau berlebihan akan tetapi jika itu suatu kebutuhan yang penting dalam memenuhi unsur konsep yang lima pokok dan tidak berlebihan Sehingga pembelian semacam ini diperbolehkan dalam Islam dan masuk kategori dalam *hifdzul maal* .Tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (needs) bukan keinginan (wants). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Rahmah dan Idris (2018) yang menyatakan bahwa *impulse buying behavior* harus memperhatikan aspekpek tergolong kebutuhan primer (*dharuriyyah*), sekunder (*hajjiyat*) dan tersier (*tahsiniyat*) dengan semangat *maqashid as-syariah*, sehingga seseorang

akan lebih mengedepankan kebutuhan daripada keinginan untuk membatasi keinginan yang tidak terbatas.

E. Pembahasan

Impulsif buying adalah suatu bagian dari kondisi yang dikenal dengan sebutan “*unplanned purchase*” atau pembelian yang tidak direncanakan. Dengan kata lain pembelanjaan yang terjadi berbeda dengan perancangan ketika akan berbelanja. Menurut Rook dalam Komala (2018) memberikan pengertian tentang *impulsif buying* sebagai pengalaman yang sangat mendukung dan mendesak konsumen untuk membeli dengan segera yang memungkinkan adanya konflik emosional dan pengabaian sebab negatif hal ini dikarenakan bahwa konsumen sedang terburu-buru akibat bujukan atau visual yang menarik mata. Sebagaimana yang telah diungkapkan Lukluk Martiayana yang mengatakan bahwa hakikatnya gampang tertarik pada sesuatu yang kadang tidak dianggap penting.

Menurut Fauzia (2018) juga mengatakan bahwa *Impulsif buying behavior* adalah suatu tindakan pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa adanya rencana yang digerakkan oleh pemikiran spontan yang disebabkan oleh beberapa faktor. Adapun faktor yang mengakibatkan terjadinya *impulsif buying* yaitu merk, kinerja, dan teknologi. Keterlibatan konsumen dalam gaya hidup, sikap individual, lingkungan toko, pendapatan penghasilan, dan fasilitas layanan kartu pinjaman atau kredit juga menjadi faktor penyebab terjadinya *impulsif buying* pada Santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam dipengaruhi oleh fashion dan gaya hidup.

Santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam yang dipengaruhi pada faktor kepribadian terjadi karena tersedianya barang yang akan dibutuhkan tapi malah membeli yang tidak dibutuhkan seperti yang dirasakan. Jadi, karakter pribadi bisa menjadi karakter yang memiliki pengaruh besar terjadinya impulsif buying. Kondisi semacam ini mengharuskan konsumen untuk melakukan pembelian karena memang adanya hasrat atau luapan emosi sehingga terjadinya pembelian pada produk diluar kebiasaannya . Seperti yang dikatakan London dan Bitta yang dikutip Komala (2018) mengatakan bahwa pembelian secara tiba-tiba memiliki 4 macam jenis pembelian salah satunya adanya pembelian yang berdasarkan karena adanya luapan emosi dari konsumen untuk memuaskan keinginannya dan pembelian semacam ini dikategorikan sebagai pembelian yang tidak normal.

Perilaku pembelian santri mayoritas dipengaruhi oleh kondisi emosional individu. Perilaku pembelian tersebut disebabkan adanya keinginan bukan lagi kebutuhan. Perilaku pembelian yang seperti ini terjadi karena adanya masalah internal individu atau pembelian impulsif lebih pada sifat impulsivitas konsumen dan kondisi emosional individu (Rohman, 2012). Akan tetapi, ada pula pembelian impulsif yang dilakukan karena kebutuhan semata.

Berdasarkan penelitian yang diteliti oleh Rahmah dan Idris, (2018) mengatakan tentang pembelian secara tiba-tiba yang sering terjadi dikalangan masyarakat karena adanya hasrat atau keinginan untuk memiliki barang tersebut. Sehingga manusia harus perhatian mana yang merupakan kebutuhan dan mana yang merupakan keinginan. Konsep memenuhi suatu kebutuhan disertai kekuatan moral, ketidak adanya tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan

antar sesama. *Maqas al – syariah* bukan hanya membicarakan tentang dimensi ilahi saja akan tetapi juga membicarakan pengetahuan yang luas tentang dimensi manusia yang berhubungan dengan Allah SWT dan manusia dengan manusia yang lainnya. (Anto dalam husnia, 2020).

Maqos al- syariah sangat erat kaitannya dengan motivasi, bahwa dalam islam maotivasi dalam aktivitas ekonomi yaitu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam arti memperoleh kemaslahatan hidup baik di dunia maupun di akhirat, dalam aktivitas ekonomi yang paling penting yaitu *maslahah* pemenuhan kebutuhan dasar. Pembahasan pemenuhan kebutuhan dalam islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka maqosid syariahnya. Sebagai salah satu bentuk mendekati diri kepada Allah SWT yakni konsumsi. Konsumen yang terjebak dalam lingkaran konsumerisme tidak akan bisa memisahkan antara keinginan atau kebutuhan ditambah lagi dengan banyaknya beanereka ragam pilihan barang dan jasa, sehingga banyak konsumen memprioritaskan tuntutan gaya hidup daripada mempertimbangkan *maslahat*.

Perilaku konsumen dalam memnuhi kebutuhan seperti diatas, dapat menstimulun dengan gaya hidup yang dinamakan *impulsif buying* yakni menggunakan atau memanfaatkan barang atau jasa secara tiba- tiba tanpa adanya rencana. Dalam penelitian ini hampir setiap Santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi melakukan aktivitas seperti pembahasan diatas. *Impulsiv buying* harus memperhatikan aspek aspek yang masuk kategori dalam kebutuhan primer (*dhoruriyat*),

sekunder (*hajiyyat*), dan *tersier* (*tahsiniyat*) dengan motivasi semangat *maqosid syariah*. Sehingga keinginan untuk membatasi keinginan yang dapat dihindari (Bahri, 2014)

Menurut imam al – ghozali dalam niha (2019) lima kebutuhan pokok dalam *ushulul khomsah* harus masuk kategori tingkatan *dhoruriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat*. Lima kebutuhan ini haruslah memiliki satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara yang satu dan dengan yang lainnya. Apabila ada satu yang diabaikan maka akan mengakibatkan ketimpangan dan kerusakan dalam hidup seseorang. Sebagaimana salah satu contoh yaitu pembelian sabu-sabu oleh artis terkenal. Pembelian yang seperti ini, maka dilihat dari segi *hifdzu nafs* (menjaga jiwa) akan menambah kuatnya stamina untuk bekerja. Bila dilihat dari segi *hifdzu al- mal* (menjaga harta), kekayaan yang dimiliki tidak berpoengaruh dengan harta jika hanya membeli itu saja. Bila dilihat dari *hifdzu diin* (menjaga agama) maka dalam agama hukumnya haram dan dilarang. Bila dilihat dari segi *hifdzu al aql* (menjaga akal) maka dapat mempengaruhi cara berfikir dan merusak kesehatan tubuh. Hal tersebut ada salah satu dari kelima pokok diabaikan maka tidak tidak menjadi *maslahat*.

Perilaku pembelian yang sering dilakukan oleh santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Bkloagung Banyuwangi belum mempertimbangkan pada kelima pokok *maqosid syariah* tersebut. Akan tetapi perilaku santri putri yang dilakukannya masih kategori aman yang disitu mereka benar – benar kebutuhan yang mereka butuhkan. Namun sebagian perilaku santri yang dilakukannya karena adanya hasrat atau keinginan dan mengikuti adanya

trend semata hal ini masuk kategori perilaku boros atau berlebih lebihan (*israf*) atau menghambur – hamburkan harta (*tabdzir*) sebagaimana diterangkan dalam surat Ali imron ayat 77 sebagaimana berikut :

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلْقَ لَهُمْ فِي
الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ
عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

Artinya :”*Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. bagi mereka azab yang pedih.*” (Tafsir Ibnu Katsir, 2015)

Allah SWT juga melarang perbuatan boros dalam alqur’an yang terdapat dalam surat al a’rof ayat 31.

يَبْنَیْ ءَادَمَ خُدُوًا زَیْنَتُکُمْ عِنْدَ کُلِّ مَسْجِدٍ وَکُلُوًا وَاشْرَبُوًا وَلَا تُسْرِفُوًا
إِنَّهُ لَا تُحِبُّ الْمُسْرِفِیْنَ ﴿٣١﴾

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.* (Tafsir Ibnu Katsir, 2015)

Maksudnya: tiap-tiap akan mengerjakan sembahyang atau thawaf keliling ka'bah atau ibadat-ibadat yang lain., Maksudnya: janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan karena perbuatan yang melampaui batas selain merusak juga

merugikan dan Allah juga tidak menyukainya. Setiap pekerjaan yang tidak disukai oleh Allah maka jika dilakukan juga akan menyebabkan bahaya.

Dalam memenuhi suatu kebutuhan kehidupan sehari – hari baik kebutuhan barang dan jasa yang mana barang tersebut dikonsumsi dengan tujuan memenuhi kebutuhan baik makan dan minum yang keduanya merupakan suatu bahan untuk kelangsungan hidup. Kata konsumsi pada hakikatnya membelanjakan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Konsumsi dalam islam yaitu memenuhi suatu kebutuhan yang menggunakan komoditas baik berupa sandang, pangan, dan papan untuk menuju suatu kemaslahatan bersama baik di dunia maupun di akhirat. (Ikhawan Aulia Fatahillah : 2013). Pemenuhan kebutuhan makanan untuk menjaga daya tahan tubuh yang didasari untuk kebutuhan dan memudahkan dalam melaksanakan ibadah.

Pembahasan pemenuhan kebutuhan dalam islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dalam rangka semangat maqosid al- syari'ah. Mendekatkan diri kepada Allah SWT dengan cara melakukan konsumsi, dan menentukan tujuan konsumsi. Seiring beragamnya barang dan jasa, banyak manusia memaksa keinginan mereka dengan mengutamakan gaya hidup daripada memprioritaskan keinginan daripada kebutuhannya hal ini manusia dikatakan dalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yaitu suatu perilaku membeli dan memakai barang yang tidak mementingkan pertimbangan secara rasional dan mempunyai kecenderungan dalam mengonsumsi tanpa batas, dimana seseorang lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhan yang

juga ditandai oleh adanya kebutuhan yang mewah dan juga berlebihan. Menggunakan barang yang memiliki great mewah memiliki daya tarik untuk kepuasan dan kenyamanan fisik. Hal ini terjadi karena agar terlihat menarik dengan memakai pakaian dan aksesoris seperti tas, jam tangan, gelang, dan lain sebagainya yang mampu memenuhi gaya hidup mereka dan juga mengikuti gaya trend yang sedang berlaku. (fransica dan suyasa, yang dikutip oleh ashfia, 2021).

Pembelian impulsif dari santri pondok pesantren putri utara darussalam blokagung banyuwangi memiliki pengaruh negatif pada keuangan. Apabila penghasilan yang didapat dari wali santri yang digunakan untuk melakukan pembelian *impulsif*, maka dari itu uang saku yang digunakan oleh santri cepat berkurang atau habis sebelum waktu pengiriman uang karena mengikuti trend semata. Maka membelanjakan harta dengan sia-sia atau dikenal dengan *tabdzir*. Perilaku pembelian yang seperti itu dilarang oleh Allah SWT dalam Q.S Al-Isra' ayat 26 dan 27 sebagaimana berikut :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : “*dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*”
(Terjemah Ibnu Katsir,2015)

Pada penjelasan ayat tersebut bahwa Allah memerintahkan hambanya untuk berbuat baik kepada sanak keluarga dekat dan orang-orang miskin sebagai dari tanggung jawab sosial, Serta melarang mereka melakukan tindakan boros (*tabdzir*) kemudian Allah mengatakan bahwa para pemboros adalah saudara setan, sedangkan yang dimaksud boros dalam ayat diatas yakni orang-orang yang menghambur-hamburkan uang harta bendanya dalam melakukan maksiat yang pastinya diluar kehendak perintah Allah sehingga perilaku pembelian boros disesuaikan dengan pembelian yang tiba-tiba atau tidak direncanakan dan tidak adanya pertimbangan.

Perilaku yang tidak baik dalam hal mentasarufkan hartanya yakni berposisi pada bagian tengah-tengah atau *tawasuth* baik dalam sifat kikir dan pemborosan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur'an surat al – furqon ayat 67 sebagaiman berikut :

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

Artinya : dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (Tafsir Ibnu Katsir , 2015)

Selain itu Santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung harus memprioritaskan dalam membelanjakan uang saku baik antara kebutuhan dan keinginan yang tak dapat dihindari sehingga jatah uang saku dapat terkontrol dan tidak habis dengan sia-sia.

Hal ini dalam berkonsumsi harus adanya prinsip keadilan dan kesederhanaan yang mana ketika manusia menerapkannya maka timbulnya rasa syukur sehingga tidak terjebak dalam perilaku *israf* atau *tabdzir* sebagaimana yang dilakukan oleh santri Pondok Pesantren Darussalam putri utara Blokagung Kabupaten Banyuwangi melakukan pembelian yang dilakukan sebagai pemuas keinginan hanya akan menimbulkan sifat boros dan menghambur-hamburkan harta.. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Rahmah dan Idris (2018) yang menyatakan bahwa impulse buying behavior harus memperhatikan aspek-aspek tergolong kebutuhan primer (dharuriyyah), sekunder (hajjiyat) dan tersier (tahsiniyat) dengan semangat maqashid as-syariah, sehingga seseorang akan lebih mengedepankan kebutuhan daripada keinginan untuk membatasi keinginan yang tidak terbatas.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti bahwa pembelian *impulsif* santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi belum seimbang menjalankan pembelian yang sesuai dengan *masalah* yang mana bahwa dalam berkonsumsi harus hidup hemat yang tidak sampai mendekati kikir dan hidup yang tidak berlebihan. Dari hasil penelitian ini haruslah memprioritaskan aspek aspek yang tergolong kebutuhan primer (*dhoruriyat*), sekunder (*hajiyat*) dan tersier (*tahsiniyat*) dengan semangat *maqosid syariah*. Demikian itu, bahwa santri putri utara darussalam blokagung haruslah mengedepankan kebutuhan daripada keinginan untuk membatasi keinginan yang tak terbatas. Kebutuhan *dhoruriyat* (primer) berkaitan dengan

agama maupun dunia yang menjadi dasar tegaknya kehidupan hak asasi manusia dari keluputan yang disebabkan oleh rusaknya tatanan kehidupan manusia.

Daftar pustaka

Aini, aula izzatul dan aushofun niha, 2020. *Impulse Buying Behavior* santri perspektif *masalah* Imam Al-Ghazali *Jurnal Darussalam*; Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam Vol. XII, No 1.

Al-Baijuri. *al-Bajuri syarh Fathil Qorib*. 2011 hlm.364 Hendi Suhendi. Fiqh Muamalah. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Al Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, jilid V, Terj: Ismail Yakub,..., h.114

Al-Razi, Muhammad ibn Umar ibn Husain. 2016 *Tafsir al-Fakhru al-Rozi*. Maktabah al-Syamilah). Juz 1

Al-Khatib, Muhammad as-Syarbini. 2018 *al-Iqna fi Hall al-Fadz Abi Syuja'*. Jakarta: Daral-Ihya al-Kutub al-'Arabiyah.

Andi Bahri, 2014 “*Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam.*” *Studia Islamika* 11, no. 2

Departemen Agama RI, 2009 *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Diponegoro

Departemen Agama RI, 2010 *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit : Diponegoro

Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY, 2017. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam, Cet. 2*, Depok: PT RajaGrafindo Persada,

Departemen Agama RI, 2011 *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta,

Ermawati, liya 2021 *Etika Konsumsi Islam Dalam Impulsive Buying*. Jurnal *Bilancia* Vol. 15 No. 1

Haroen, Nasrun. 2011 *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Gaya Media Pratama

Idri, 2015 “*Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Prespektif Hadis Nabi*, Jakarta: Kencana

- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, 2014 *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Kencana Prenadamedia Group Jakarta
- Komala, C. 2018. *Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali*. Jurnal ekonomi dan bisnis islam vol.2
- Lukman Hakim, 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Surakarta: Penerbit Erlangga, 2,.
- Pratomo, dimas dan liya Ermawati, 2019 “*Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)*”. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 2 No. 2
- Rahmah, N., & Idris, M. 2018. *Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal ekonomi dan bisnis islam vol 1
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim’s Publishing.
- Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta
- Syuja, Abu. 2012 *Matan al-Ghayah wa at-Taqrīb*, Bairut: Dar al-Masyari’,
- Veithzal Rivai dan Andi Buchari, 2013. *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi* Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Vithzal Rivai Zainal, 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 235
- .

