

Leisure Class Dalam Pola Konsumsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Nur Mala¹, Sirajuddin², Muslihati³

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Malmalnur581@gmail.com

Naskah masuk: 25-10-2024, direvisi: 12-12-2024, diterima: 06-03-2025, dipublikasi: 20-03-2025

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena **leisure class** dalam pola konsumsi mahasiswa UIN Alauddin Makassar, dengan fokus pada kecenderungan konsumsi berlebihan yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Fenomena ini menunjukkan adanya perilaku konsumtif yang tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sosial, gaya hidup, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis lebih dalam bagaimana **leisure class** terbentuk dan memengaruhi pola konsumsi mahasiswa dalam kesehariannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pola konsumsi berlebih dalam **leisure class** didukung oleh faktor kelas sosial, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, serta perbedaan antara keinginan dan kebutuhan; (2) faktor yang memengaruhi terbentuknya **leisure class** antara lain pendapatan orang tua, selera terhadap teknologi, dan kualitas produk; (3) dampak yang ditimbulkan dari pola konsumsi **leisure class** meliputi perilaku boros dan munculnya kecemburuan sosial di kalangan mahasiswa; (4) jika ditinjau dari konsep konsumsi menurut Imam Al-Ghazali, pola konsumsi mahasiswa tergolong berlebihan dan melampaui batas kebutuhan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar mahasiswa lebih bijak dalam mengatur pola konsumsi dengan mendahulukan kebutuhan daripada keinginan semata demi menghindari dampak negatif yang ditimbulkan.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Leisure Class, Pola Konsumsi

ABSTRACT

This study examines the leisure class phenomenon in the consumption patterns of UIN Alauddin Makassar students, focusing on the tendency of excessive consumption that prioritizes desires over needs. This phenomenon shows the existence of consumptive behavior that is inseparable from the influence of the social environment, lifestyle, and increasingly rapid technological developments. The purpose of this study is to analyze in more depth how the leisure class is formed and influences students' consumption patterns in their daily lives. The research method used is a qualitative approach with a phenomenological research type. The results of the study indicate that (1) the excessive consumption pattern in the leisure class is supported by factors of social class, lifestyle, personality and self-concept, as well as the difference between desires and needs; (2) factors that influence the formation of the leisure class include parental income, taste in technology, and product quality; (3) the impacts of the leisure class consumption pattern include wasteful behavior and the emergence of social jealousy among students; (4) when viewed from the concept of consumption according to Imam Al-Ghazali, the student consumption pattern is classified as excessive and exceeds the limits of needs. Therefore, this study recommends that students be wiser in regulating consumption patterns by prioritizing needs over desires alone in order to avoid the negative impacts that arise.

Keywords: Life Style, Leisure Class, Consumption Patterns

PENDAHULUAN

Konsumsi berlebih atau *leisure class* adalah fenomena yang terjadi ketika individu atau kelompok masyarakat menghabiskan sumber daya untuk memperoleh barang-barang dan layanan-layanan yang tidak esensial atau tidak diperlukan. Istilah "*leisure class*" diperkenalkan oleh seorang sosiolog bernama Thorstein Veblen untuk menunjukkan identitas diri demi mendapatkan *prestise*, dan bertujuan untuk meningkatkan citra dan status sosial (Mahyuddin, 2019).

Konsumsi berlebih atau dalam pandangan Thorstein Veblen dikenal dengan kelas pemboros (*leisure class*), *the leisure class* adalah kelas pemboros yang mengeluarkan banyak uang, waktu, tenaga kerja, dan menikmati gengsi serta status tinggi. Sebagian besar masyarakat cenderung memanfaatkan waktu senggang untuk meningkatkan perilaku konsumsi, bahkan dalam skala berlebihan. Oleh karena itu, kelompok yang disebut sebagai *leisure class* menjadikan gaya hidup mereka sebagai bagian identitas diri (Suyanto cit. by Bohari et al., 2021).

Secara umum aktivitas *The Leisure Class* merupakan cara menikmati hidup dengan aktivitas mengonsumsi waktu luang. Waktunya dihabiskan hanya demi kenikmatan untuk diri atau kelompok. Veblen menyebut sebagai "kelas pemboros" yang menurutnya aktivitas ini tidak memiliki tujuan apa-apa, melainkan untuk melanggengkan kesenjangan dan hierarki sosial yang ada (Veblen cit. by Hasrin et al., 2020).

Dalam pola konsumsi mahasiswa, *leisure class* mempengaruhi pilihan dan preferensi mereka dalam berbagai aspek, termasuk makanan, mode, teknologi, transportasi, dan hiburan. Mahasiswa cenderung mencari pengalaman baru dan eksklusif, seperti banyak menghabiskan waktu di luar, bermain game, menyukai keramaian kota, senang membeli barang mahal, makan di restoran mahal, menghadiri konser atau festival, atau berlibur ke destinasi wisata yang populer dan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (Tripambudi & Indrawati, 2020).

Konsumsi berlebih merupakan fenomena yang semakin umum terjadi di kalangan mahasiswa. Fenomena ini muncul akibat adanya perubahan pola hidup, pengaruh budaya konsumtif, dan perkembangan industri periklanan yang semakin agresif. Mahasiswa sebagai salah satu kelompok yang rentan terhadap pengaruh konsumsi berlebih karena cenderung lebih fokus pada keinginan daripada kebutuhan, dan dikuasai oleh kesenangan material dan hasrat duniawi (Siregar, 2022). Perilaku ini menjadi mendarah daging karena banyak kalangan mahasiswa melakukan untuk menghindari masalah sambil bersenang-senang sehingga menjadikan kebiasaan konsumsi sebagai budaya (Isnawati et al., 2021).

Mahasiswa merupakan kelompok yang penting dalam kajian pola konsumsi karena mereka merupakan konsumen masa depan yang akan membentuk kebiasaan dan preferensi konsumsi selama hidup mereka (Nanga et al., 2022). Oleh karena itu, memahami pola perilaku konsumsi mahasiswa menjadi penting untuk diteliti sehingga kemudian membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Leisure Class Dalam Pola Konsumsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar*"

KAJIAN PUSTAKA

Teori Leisure Class dan Konsumsi Mencolok (Conspicuous Consumption)

Konsep *Leisure Class* diperkenalkan oleh Thorstein Veblen dalam karyanya *The Theory of the Leisure Class* (1899). Veblen mengemukakan bahwa kelas atas dalam

masyarakat menunjukkan status mereka melalui konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*), yaitu pembelian barang dan jasa yang bukan hanya untuk kebutuhan fungsional tetapi juga sebagai simbol status sosial. Konsumsi mencolok ini berfungsi untuk memperkuat hierarki sosial dan membedakan kelompok elit dari kelas sosial lainnya (Veblen, 1899).

Dalam konteks mahasiswa, fenomena *Leisure Class* dapat diamati dari pola konsumsi yang berorientasi pada gaya hidup, penggunaan barang-barang mewah, dan keterlibatan dalam aktivitas yang menegaskan status sosial tertentu. Mahasiswa dari berbagai latar belakang ekonomi dapat menunjukkan perilaku konsumsi mencolok sebagai bagian dari proses pembentukan identitas sosial mereka (Bourdieu, 1984).

Pola Konsumsi Mahasiswa

Mahasiswa sebagai kelompok sosial memiliki karakteristik konsumsi yang unik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan budaya (Featherstone, 2007). Mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh tren globalisasi, media sosial, dan lingkungan pergaulan dalam menentukan preferensi konsumsi mereka (Giddens, 1991).

Studi tentang konsumsi mahasiswa di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat pergeseran dari konsumsi berbasis kebutuhan ke konsumsi berbasis gaya hidup. Hal ini terlihat dari meningkatnya pembelian barang-barang fesyen, gadget, serta partisipasi dalam aktivitas rekreasi yang menunjukkan citra sosial tertentu (Setiadi, 2016).

Identitas Sosial dan Konsumsi

Identitas sosial merupakan faktor utama dalam pola konsumsi mahasiswa. Menurut teori Pierre Bourdieu (1984), konsumsi bukan hanya tentang pemenuhan kebutuhan, tetapi juga merupakan bentuk kapital budaya dan simbolik. Mahasiswa cenderung menggunakan barang dan jasa tertentu untuk menunjukkan afiliasi mereka dengan kelompok sosial tertentu.

Di era digital, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Platform seperti Instagram dan TikTok menciptakan standar baru tentang barang atau aktivitas yang dianggap prestisius. Hal ini menyebabkan munculnya tekanan sosial untuk mengikuti tren konsumsi tertentu demi memperoleh pengakuan sosial (Baudrillard, 1998).

Studi tentang Konsumsi Mahasiswa di Indonesia

Penelitian sebelumnya tentang konsumsi mahasiswa di Indonesia menunjukkan bahwa ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi pola konsumsi mereka, yaitu pertama, Status Sosial: Mahasiswa dari latar belakang ekonomi yang lebih tinggi cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih boros dan mencolok dibandingkan mahasiswa dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah (Rahardjo, 2019). Kedua, Pengaruh Peer Group: Interaksi sosial dengan teman sebaya mempengaruhi preferensi konsumsi, terutama dalam hal pakaian, teknologi, dan gaya hidup (Situmorang, 2021). Selanjutnya Eksposur Media Sosial: Media sosial berperan dalam menciptakan standar konsumsi tertentu yang diadopsi oleh mahasiswa (Susanto, 2020).

Relevansi dengan Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Sebagai universitas berbasis Islam, UIN Alauddin Makassar memiliki mahasiswa dengan latar belakang ekonomi dan budaya yang beragam. Studi ini penting untuk memahami bagaimana konsep *Leisure Class* dan konsumsi mencolok berkembang dalam lingkungan akademik dengan nilai-nilai keislaman. Kajian ini juga akan mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan pola konsumsi antara mahasiswa dari berbagai fakultas serta bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi konsumsi mereka.

Kajian pustaka ini menunjukkan bahwa fenomena *Leisure Class* dalam konsumsi mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan ekonomi, tetapi juga dengan identitas sosial dan pengaruh media. Studi ini akan berkontribusi pada pemahaman tentang pola konsumsi mahasiswa di era digital serta implikasinya terhadap pembentukan status sosial di lingkungan akademik.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi, yang merupakan jenis penelitian yang berusaha untuk memahami makna peristiwa serta interaksi pada orang-orang dalam situasi tertentu. (Patria, 2022). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data *prime.r*. Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Pemilihan lokasi dilandasi karena maraknya mahasiswa yang berperilaku konsumtif tanpa memperhatikan dampak buruk yang diakibatkan sehingga penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana *Leisure Class* dalam Pola Konsumsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar. Adapun Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Observasi (Pengamatan), Wawancara Mendalam (*in-depth interview*) Dokumentasi, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Leisure Class Dalam Pola Konsumsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Hasil yang di dapatkan peneliti mengenai fenomena yang terjadi pada mahasiswa UIN Alauddin Makassar yang mendukung perilaku konsumsi berlebih diantaranya kelas sosial, kelas sosial pada umumnya terdiri dari tiga dimensi, yaitu kelas atas, kelas menengah, dan kelas kebawah yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang.

Hasil wawancara yang didapatkan dari informan menyatakan bahwa kelas sosial bergantung pada sosial individu yang menyangkut aspek nilai keluarga, gaya hidup, kesenangan, dan perilaku seseorang. Gaya hidup dan konsumsi berlebih ternyata pada kalangan mahasiswa menjadi hal terbesar karena merupakan cara pandang sebagian besar mahasiswa dalam mengukur pertemanan dengan melihat cara berpakaian dan penampilan.

Mahasiswa menyadari bahwa gaya hidup sangat penting karena mereka memiliki keinginan untuk selalu tampil menarik sebagai penunjang penampilan ditengah-tengah kelompok sosialnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lifiana Maryatul Kiftiyah pada tahun 2022 bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan mengonsumsi barang secara berlebihan yang tidak ada berbagai pertimbangan yang matang dimana individu hanya melihat dari sisi kesenangan saja serta mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan(Kiftiyah, n.d.).

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Thorstein Veblen, bahwa pola konsumsi yang mencolok yang dilakukan oleh mahasiswa untuk menunjukkan suatu posisi atau status sosial yang lebih terpendang di kalangan lain yang kemudian di ikuti dengan proses perluasan gengsi yang mana aktivitas konsumsi yang di lakukan tidak hanya sekedar membeli fungsi inheren tetapi ingin menunjukkan dari mana kelas sosial dia berada.

Namun ada juga beberapa informan yang menyangkal indikator perilaku konsumsi seseorang mengenai kelas sosial. Dari hasil wawancara terhadap informan peneliti dapat memahami bahwa perilaku konsumsi pada mahasiswa memang didasari kepribadian (konsep diri) tetapi tergantung bagaimana orang itu dalam membentuk perilaku tersebut sehingga menjadi hal yang positif. Berdasarkan hal tersebut peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa mahasiswa UIN Alauddin Makassar tidak selalu menjadikan gaya hidup sebagai pacuan untuk berada dikelas sosial tertentu.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Leisure Class Dalam Pola Konsumsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi berlebih mahasiswa UIN Alauddin Makassar adalah Pendapatan dari orang tua. Pendapatan yang dimaksud adalah penghasilan yang dipergunakan dalam memenuhi gaya hidup individual. Faktor selanjutnya adalah selera, Hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu konsumen mengenai ketertarikan mahasiswa terhadap *gaya hidup* yang muncul karena banyaknya model gaya hidup dan perkembangan yang semakin maju sehingga untuk mengukur kebutuhan gaya hidup tergantung pada selera.

Hasil wawancara yang di dapatkan melaui informan menyatakan bahwa, ketika informan merasa nyaman, cocok dengan harga, model, ukuran, kualitas produk serta warnanya maka selera informan ini akan menjadi salah satu faktor penentu pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Faisal Anwar, Idris Parakkasi, Bahrul Ulum Rusydi mengenai perilaku konsumsi dari segi perilaku konsumen dan nilai guna barang dimana konsumen masih berbelanja dengan alasan efisiensi dan efektifitas barang. Tetapi hal ini juga bertentangan dengan salah satu mahasiswa UIN yang memberikan pendapat bahwa selera tidak hanya menjadi faktor penentu dalam membeli suatu produk akan tetapi bahwa membeli suatu produk bukan karna faktor selera melainkan karena faktor fomo atau hanya mengikuti tren yang ada disekitar dengan perkembangan zaman yang semakin modern

Di masyarakat modern yang acap kali mengembangkan perilaku konsumsi yang berlebihan, perilaku konsumsi yang muncul umumnya makin menjadi-jadi tatkala masyarakat tidak lagi memiliki selera dan cita rasa yang asli. Mahasiswa yang keinginan dan kebutuhannya banyak di kendalikan dan dibentuk tawaran iklan dan ilusi-ilusi yang diciptakan kekuatan industri budaya, niscaya akan makin terjerumus ke dalam perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan, karena merasa hal itu adalah bagian dari kebutuhan mereka akan simbol-simbol kelas sosial tertentu yang tidak mungkin di elakkan(Suyanto, 2014).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa UIN Alauddin Makassar mengakui bahwa kehadiran teknologi yang berkembang pesat terhadap dunia fashion dalam gaya hidup dan konsumsi yang berlebihan dapat meningkatkan permintaan informan terhadap produk fashion untuk selalu mengikuti tren yang semakin maju agar tidak ketinggalan zaman. Hal ini sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh Baiq Desi Parasmitha pada tahun 2017 mengenai dampak iklan fashion online terhadap perilaku berbelanja mahasiswa pada *platform online* yang menunjukkan gaya hidup terjadi karena faktor produk yang dipasarkan lewat situs online.

Dampak Leisure Class Dalam Pola Konsumsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Berdasarkan hasil wawancara yang di dapatkan dari informan dengan Mahasiswa UIN Alauddin Makassar memiliki perilaku konsumsi berlebih. bahwa sebagian dari mahasiswa masih belum bisa mengatur antara keinginan dan kebutuhan yang mengakibatkan pemborosan untuk memenuhi gaya hidup.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang dapat merugikan seseorang karena dapat menyebabkan pemborosan bahkan terjadi inefisiensi biaya, selain itu membeli suatu produk hanya ingin mendapatkan pengakuan sosial padahal sebenarnya barang yang dibeli tidak begitu dibutuhkan melainkan untuk mencari kesenangan semata (Putri et al., 2024)

Seorang konsumen yang memiliki perilaku konsumsi berlebihan dapat dikatakan boros. Pola konsumsi berlebih yang dilakukan mahasiswa dengan mengikuti trend yang ada sehingga sulit bagi mahasiswa UIN Alauddin mengendalikan hawa nafsu yang akhirnya membeli produk fashion yang tidak terlalu penting karena hanya lebih mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Ketika seseorang mengonsumsi sesuatu bukan sekedar karena ingin membeli fungsi pertama atau fungsi inheren dari produk yang dibelinya itu, tetapi sebetulnya ia juga berkeinginan membeli fungsi sosial lain atau lebih didorong keinginan untuk menunjukkan darimana kelas sosial dia berasal (Untara, 2019).

Dampak yang selanjutnya dari hasil penelitian yang di lakukan adalah kecemburuan sosial. Munculnya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki orang lain, sehingga menimbulkan keinginan untuk meniru dan membelinya. Kecemburuan sosial bisa berupa bentuk keinginan memiliki barang yang orang lain miliki, seperti handphone merek tertentu. Tas, sepatu atau baju dengan merek (Brand) yang ternama & diproduksi dalam jumlah yang sedikit demi menjaga harga tinggi dari barang tersebut. Dan semua kecemburuan sosial dalam bentuk materi seperti itu wajar saja terjadi, dalam kadar yang masih terkontrol.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh peneliti dapat simpulkan dampak negative dari perilaku konsumsi berlebih adalah semakin jelasnya kesenjangan sosial serta rasa kecemburuan yang muncul dalam lingkungan sekitar, dengan adanya kategori kelas berdasarkan barang maupun gaya berpakaian didukung oleh perilaku konsumtif

Konsep Konsumsi Imam Al-Ghazali Terhadap Leisure Class

Pemikiran ekonomi Al-Ghazali tentang konsumsi dapat digambarkan dengan cara, menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan manusia secara lahiriah dan bathiniyah adalah bagian yang paling penting dari proses hidup, dan beliau juga meminta untuk memprioritaskan kebutuhan akhirat daripada kebutuhan duniawi (Al Ghazali cit.by Syaputra, 2017).

Dari hasil wawancara dapatkan dari informan yang merupakan salah satu dosen UIN Alauddin Makassar mengungkapkan bahwa benar konsumsi berlebih dikalangan mahasiswa masih dalam kategori yang berlebihan pada kalangan tertentu walaupun tidak semua mahasiswa bergaya hidup dan konsumsi berlebih tetapi hal tersebut masih di

terapkan, oleh karena itu hal tersebut perlu di lakukan penyederhanaan dalam pemenuhan kebutuhan gaya hidup dan mengkonsumsi berlebihan.

Sikap berlebih lebihan (israf) sangat dibenci oleh Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampaui kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun social (Zakiah, 2022).

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahnya:

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan QS. Al-A’Raf [7]:31.”

Konsumsi dalam Islam tidak boleh berlebihan atau boros hal ini ditunjukkan dalam firman Allah QS. Al-Isra Ayat 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ، وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahnya:

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya QS. Al-Isra [17]:27.”

Maksud ayat tersebut, Allah SWT mencela perbuatan membelanjakan harta secara boros, dengan menyatakan, sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan, mereka berbuat boros dalam membelanjakan harta karena dorongan setan, oleh karena itu, perilaku boros termasuk sifat setan, dan setan itu adalah sangat ingkar kepada nikmat dan anugerah tuhan (Anggraini, 2022).

Al Ghazali dalam kitab Ihya Ulumuddin, konsep konsumsi harus selalu berfokus pada Allah SWT dan tidak hanya pada kepuasan. Ini karena konsumsi yang didasarkan pada nafsu akan terus mendorong manusia untuk berusaha memenuhi keinginan mereka yang tak terbatas. (Al Ghazali cit.by Zakiah, 2022). Pemikiran ekonomi Al-Ghazali tentang konsumsi dapat digambarkan dengan cara, menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan manusia secara lahiriah dan bathiniah adalah bagian yang paling penting dari proses hidup, dan beliau juga meminta untuk memprioritaskan kebutuhan akhirat daripada kebutuhan duniawi (Al Ghazali cit.by Syaputra, 2017)

Konsumsi yang mendatangkan Masalah tidak dilarang untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya selama dengan pemenuhan tersebut martabat manusia dan kemanusiaannya bisa meningkat. Memang semua yang ada di bumi ini diperuntukkan untuk manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik secara wajar dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu menambah masalah atau tidak mendatangkan mudharat (Hamid, 2018)

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, peneliti menegaskan bahwa lesicure class dalam pola konsumsi mahasiswa UIN Alauddin Makassar menunjukkan perilaku

konsumtif atau berlebihan dalam pemenuhan keinginan atas gaya hidup yang mengikuti tren zaman sekarang di bandingkan dengan kebutuhan sehingga mahasiswa perlu memilih dalam menentukan antara keinginan dan kebutuhan yang didahulukan.

Pemenuhan keinginan yang selalu di dahulukan menyebabkan gaya hidup atau konsumsi berlebihan itu muncul, sehingga membuat para mahasiswa selalu merasa bahwa gaya hidup mulai dari pakaian, barang-barang branded dan elit harus di konsumsi ketika sudah trendnya. Hal tersebut berdampak besar pada pendapatan dari orangtua, tabungan dan beberapa dampak lainnya serta adanya rasa cemburu terhadap gaya hidup orang lain.

Keinginan dan kebutuhan memang saling berdampingan dan menjadi sebuah pilihan dimana antara memenuhi keinginan atau kebutuhan sesuai dengan gaya hidup yang dijalankan. Semakin banyak keinginan semakin banyak penderitaan yang harus dihadapi karena dengan mempunyai banyak keinginan seseorang jadi tidak terkontrol dan melakukan apapun agar keinginan tersebut bisa terwujud. Mahasiswa UIN Alauddin dalam wawancara menunjukkan hasil yang besar bahwa benar dikalangan mahasiswa saat ini *leisure class* sangat berdampak besar dalam pola konsumsi berlebih atas pemenuhan gaya hidup sesuai dengan trend yang ada, maka dari itu perlu adanya keseimbangan dengan cara pandai mengatur dan mengontor individual masing-masing dalam mengikuti gaya hidup yang terus berkembang.

Mahasiswa dalam hal pemenuhan keinginan dan kebutuhan masih mengikuti rasa keinginan yang kuat akan sesuatu yang diakibatkan dari rasa kecemburuan social untuk memiliki gaya hidup yang sama. Hal tersebut sangat berdampak pada perekonomian individual mulai dari pendapatan yang di dapatkan dari orang tua serta tabungan masing-masing mahasiswa.

Dari hasil yang didapatkan dalam wawancara dengan informan perlu adanya penyederhanaan dari pemborosan yang dilakukan mahasiswa dalam memnuhi gaya hidup yang mengutamakan keinginan. Dengan cara atas kesadaran individual masing-masing dalam pemenuhan keinginan yang selalu tinggi dalam mengikuti tren dan gaya hidup serta pola konsumsi yang berlebihan.

Berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna Fitri Astuti dengan hasil bahwa informan pada objeknya mahasiswa di kota samarinda sebagian besar suka berbelanja bergaul dan sangat memperhatikan gaya hidup yang sesuai tren yang ada. Peneliti tersebut menjadi penelitian pendukung dalam peneitian ini dalam menentukan hasil yang menunjukkan fakta mahasiswa termasuk pada *leisure class* dalam pola konsumsi berlebihan untuk pemenuhan gaya hidup (Astuti, Ulfah, et al., 2022).

KESIMPULAN

Leisure Class dalam pola konsumsi mahasiswa dalam wawancara menunjukkan bahwa Sebagian besar mahasiswa UIN Alauddin Makassar lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara yang ada serta mahasiswa belum mampu mengontrol diri dalam pemenuhan keinginan dengan mengikuti gaya hidup tren yang ada. Menurut sebagian besar mahasiswa apapun yang menjadi iklan bahkan tren saat itu maka perlu di ikuti bahkan tidak sedikit dari mereka rela menghabiskan uang untuk pemenuhan keinginan dalam mengikuti tren gaya hidup.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *leisure class* dalam pola konsumsi mahasiswa uin alauddin makassar Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti terhadap Perilaku

konsumsi berlebih mahasiswa UIN Alauddin Makassar, sejalan dengan teori Leisure Class pemikiran dari Thorstein Veblen mengenai perilaku konsumsi berlebih, Bagong Suyanto mengenai gaya hidup, mengenai memboroskan uang, waktu, tenaga dan menikmati gengsi serta status tinggi dalam gaya hidup yang berhubungan dengan waktu dan uang, Mahasiswa dalam hal pemenuhan keinginan dan kebutuhan masih mengikuti rasa keinginan yang kuat akan sesuatu yang diakibatkan dari rasa kecemburuan sosial untuk memiliki gaya hidup yang sama, Hal tersebut sangat berdampak pada perekonomian individual mulai dari pendapatan yang di dapatkan dari orang tua serta tabungan masing-masing mahasiswa, juga di sebabkan oleh kualitas produk, teknologi dan agama

Dampak Leisure Class dalam pola konsumsi mahasiswa UIN Alauddin Makassar bahwa perilaku konsumsi informan yang berlebih dapat menyebabkan dampak buruk karena belum bisa mengatur antara keinginan dan kebutuhan yang mengakibatkan pemborosan terjadi dan tidak adanya tabungan yang dihasilkan namun banyaknya pengeluaran yang di lakukan dalam memenuhi gaya hidup untuk menunjukkan status sosial dan citra diri sehingga juga menyebabkan kecemburuan sosial antar mahasiswa

Konsep konsumsi Imam Al- Ghazali menunjukkan bahwa dari hasil wawancara yang di lakukan dengan salah satu dosen yang paham tentang *Leisure Class* dapat di pandang bahwa benar konsumsi berlebih di kalangan mahasiswa masih dalam kategori yang berlebihan pada kalangan tertentu walaupun tidak semua mahasiswa bergaya hidup dan konsumsi berlebih tetapi hal tersebut masih di terapkan, oleh karena itu hal tersebut perlu di lakukan penyederhanaan dalam pemenuhan kebutuhan gaya hidup dan mengkonsumsi berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. D. (2022). Analisis Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Dalam Surat Al-Furqan Ayat 63 Dan Surat Al-Isra' Ayat 27 Pada Mata Pelajaran PAI Kelas VIII. *GUAU: Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, 2(7), 327–338.
- Astuti, R. F., Ulfah, M., & Ellyawati, N. (2022). Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 237–245.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bohari, N. F., Pratiwi, N., Novyanti, N., Awaliah, A., & Deril, D. (2021). Relevansi waktu senggang terhadap konsumsi berlebih di era postmodern. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 179–186.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Hamid, A. (2018). Teori konsumsi islam dalam peningkatan ekonomi umat. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 204–216.
- Hasrin, A., Umaterate, A. R., & Sidik, S. (2020). Kawasan Wisata Kuliner Jalan Roda (Jarod) Sebagai Ruang Ekspresi Waktu Luang (Leisure) Masyarakat Kota Manado. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 6(1), 58–70.
- KIFTIYAH, L. M. (n.d.). *PENGARUH REGULASI DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA MAHASISWI SKRIPSI*.
- Mahyuddin, M. (2019). Social Climber Dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2).
- Nanga, R. T. L. S., Ma, S. H. G., & Tola, D. (2022). Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumsi Moke Pada Remaja di Kelurahan Madawat. *Ekspektasi: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 50–58.
- Patria, R. (2022). Studi Fenomenologi: Teori Humanistic dalam Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial. *Progressive of Cognitive and Ability*, 1(1), 1–9.

- Putri, R. R., Noverita, I. A., Arumandani, S., & Abadi, M. T. (2024). KONSEP TABUNGAN DAN INVESTASI. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 172–179.
- Rahardjo, M. (2019). *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Era Digital*. Jakarta: Pustaka Akademika.
- Setiadi, N. J. (2016). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keputusan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Situmorang, A. (2021). *Dinamika Konsumsi Mahasiswa dalam Pengaruh Peer Group dan Media Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Susanto, R. (2020). *Media Sosial dan Pola Konsumsi Generasi Milenial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Siregar, J. J. (2022). PKM Edukasi pembelajaran bahasa indonesia yang efektif pada siswa kelas VII sekolah MTsS Idrisiyah Pasir Nauli Kecamatan Angkola Muara Tais. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aupa (JPMA)*, 4(2), 70–74.
- Suyanto, B. (2014). *Sosiologi ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Prenada Media.
- Syaputra, E. (2017). Perilaku konsumsi masyarakat modern perspektif Islam: telaah pemikiran imam Al-Ghazali dalam ihya'ulumuddin. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 144–145.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597–603.
- Untara, B. K. E. (2019). Instilling and Applying Pancasila Values to “Money Wasters” Students. *Journal of Creativity Student*, 4(2), 119–142.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: Macmillan.
- Zakiah, S. (2022). Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 180–194.