

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ISLAM DALAM TREND JILBAB PADA
MAHASISWI FAKULTAS SYARIAH (Angkatan 2013)
IAIN ZAWIYAH COT KALA LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

SUCI NURKAMILA

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa
Program Strata Satu (S-1)
Fakultas/Jurusan : Syariah / MU
Nim : 2012011107**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
ZAWIYAH COT KALA LANGSA
1436 H / 2015 M**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia- Nya sehingga penulis dapat merampungkan karya tulis berupa skripsi dengan judul: **“Analisis Perilaku Konsumen Islam Dalam Trend Jilbab Pada Mahasiswi Fakultas Syari’ah (Angkatan 2013) IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa”**. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Rasulullah SAW yang telah memperkenalkan agama yang mulia Islam dengan penuh semangat pantang menyerah . Selanjutnya kepada sahabat serta keluarga Beliau yang juga membantu Rasulullah SAW dalam memperjuangkan agama Islam di muka bumi ini. Karya tulis ilmiah yang berupa skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Syari’ah Jurusan Muamalah di IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis menghanturkan terimakasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada yang saya hormati :

1. Bapak DR.H. Zulkarnaini Abdullah, MA selaku Rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa .

2. Bapak Dr. Zulfikar, MA selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ibu Anizar, MA, selaku Ketua Jurusan Muamalah.
3. Bapak Drs. Junaidi, M.Ed. MA selaku pembimbing I yang telah banyak memberi motivasi untuk selesainya skripsi ini. Sekaligus sebagai penasehat Akademik yang selalu memberi semangat.
4. Ibu Jaidatul Fikri, M.S.I , selaku pembimbing II yang telah banyak memotivasi dan memberi dukungan serta bimbingan kepada penulis atas terselesainya skripsi ini.
5. Teristimewa kepada orang tua penulis yaitu bapak Sumadi dan ibu Rusmiyati yang selalu mendoakan, memberi motivasi, dan pengorbanannya baik segi moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,
6. Teruntuk lelaki tersayang suamiku Anwaruddin Shaleh beserta keluarga besar, abang tercinta Gusti Muhammad Ridha dan adikku Balqis Hidayati.
7. Ucapan terima kasih penulis kepada sahabat seperjuangan Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalat angkatan 2011, khususnya untuk teman-teman Muamalah Unit 3. Serta kepada sahabat terkasih Sukma Hayati, Siti Rozana, Masitah , Maulida serta kakak Helmira yang telah memberi semangat untuk berjuang menggapai cita-cita.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT jualah kita memohon ampunan serta mengembalikan semua urusan kepada-Nya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis khususnya dan bagi semua pembaca umumnya. Aamiin Yaa Rabbal ‘Alamiin...

Langsa, 2 Oktober 2015

Penulis

Suci Nurkamila

Nim. 2012011107

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	
ABSTRAK.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Penjelasan Istilah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. PERILAKU KONSUMEN	
1. Pengertian Perilaku konsumen.....	13
2. Konsumsi Islam	14
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	15
B. ETIKA DAN NORMA KONSUMSI ISLAM	
1. Prinsip dan Etika konsumsi Islam.....	17
2. Batasan konsumsi islam	14
3. Tujuan konsumsi Islam	27
C. JILBAB DAN BATASANNYA	

1. Pengertian Jilbab.....	30
2. Landasan diwajibkannya memakai jilbab dan Khimar.....	31
3. Kriteria dan Manfaat Kerudung (Khimar) dalam Islam	34

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Sumber Data	41
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
F. Teknik Analisis Data	44
G. Tahap Penelitian	45
H. Pedoman Penulisan.....	46

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum Lokasi Penelitian	47
B. Hasil Penelitian Mengenai persepsi mahasiswi Fakultas Syariah terhadap trend jilbab.....	50
C. Hasil Penelitian Mengenai Perilaku Konsumen Islam pada Mahasiswi Fakultas Syariah dalam Trend Jilbab	55

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	60
B. Saran-saran	61

DAFTAR PUSTAKA	63
-----------------------------	-----------

ABSTRAK

Perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang. Islam memperingatkan agar jangan berlomba-lomba dalam mencari harta. Pola hidup konsumtivisme seperti berlebih-lebihan dan *tabzir* tidak pantas dan tidak selayaknya dilakukan oleh pribadi yang beriman dan bertakwa. Satu-satunya gaya hidup yang cocok adalah *simple living* (hidup sederhana). Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah Swt. Fashion dikalangan mahasiswi terlebih lagi masalah jilbab, merupakan suatu kebutuhan, terlebih lagi sekarang telah menjadi *trend*. Mahasiswi seakan berlomba-lomba agar tidak di bilang kuno atau *kuper*, sehingga tidak mampu lagi memilih dan membeli barang yang bermanfaat tanpa adanya unsur boros. Terlebih lagi menggunakan jilbab bukan lagi suatu bentuk ketaatan kepada Allah Swt, melainkan merupakan tuntutan model, keinginan untuk tampil cantik, lebih *update* dan *trend*. Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana persepsi mahasiswi Fakultas Syari'ah angkatan 2013 IAIN Langsa dalam hal trend jilbab dan bagaimana perilaku konsumsi Islam mahasiswi dalam mengikuti trend model jilbab. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*), yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan guna mencari data yang nyata, dalam konteks ini dilingkungan kampus IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa khususnya di Fakultas Syariah. Data yang didapat menjadi sumber primer dan didukung dengan sumber lainnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling, dan pengumpulan data dengan observasi dan hasil wawancara langsung dengan para responden. Adapun hasil penelitian ini menyatakan bahwa jilbab ialah kain yang menutupi aurat wanita, kecuali muka dan telapak tangan, meskipun pada hakikatnya para mahasiswi belum siap untuk tampil dengan jilbab tersebut, oleh sebab itu mahasiswi berjilbab hanya sesuai keinginan dan mengikuti *trend*, hingga muncullah perilaku yang mengarah kepada hidup yang boros, dengan membeli jilbab secara berlebihan yang tidak seharusnya ada pada diri seorang muslimah. Meskipun demikian, ada sebahagian mahasiswi yang berjilbab telah sesuai dengan jilbab yang dianjurkan syariat dan tidak memperdulikan *trend* sehingga menjadi pribadi yang sederhana dan hemat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi diartikan sebagai pengguna barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia. Konsumsi dalam ekonomi Islam adalah upaya memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani, sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaan sebagai hamba Allah Swt untuk mendapatkan kesejahteraan dan atau kebahagiaan¹. Semua barang dan jasa yang dipergunakan dalam memenuhi kebutuhan seorang muslim dan keinginannya harus halal. Sebagaimana kebutuhan dan keinginan tersebut harus benar sesuai syariah, demikian juga tujuannya.²

Dalam analisis perilaku konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam (masalah). Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram, apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi,

¹ Rosyidi Suherman, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan kepada Ekonomi Mikro dan Makro)*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2006), h.163.

² Jaribah bin Ahmad al Haritsi, Pnj. Asmuni Sholihan Zamakhsyari, *Fikih Ekonomi Umar bin Khathab*, (Jakarta: Khalifah, 2006), h.135.

bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam berkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim.³

Menurut agama Islam, jilbab adalah hal yang wajib hukumnya bagi perempuan untuk menutupi aurat yakni rambut, dada, dan bagian tubuh lainnya. Jilbab pada masa Nabi Muhammad Saw ialah pakaian luar yang menutupi segenap anggota badan dari kepala hingga kaki perempuan. Islam juga memerintahkan kaum wanita untuk menutupi bagian atas kepalanya dengan kain yang disebut Khimar (Kerudung). Perintah berjilbab dan Khimar ditujukan kepada kaum wanita untuk selalu waspada terhadap zina mata, karna wanita sebagai objek pandangan. Menikmati kecantikan dan perhiasan wanita lain atau kaum laki-laki menjadi objek pandangan kaum wanita, bisa menimbulkan akibat-akibat negatif, sebab kenakalan dan tindakan tidak baik dimulai dari pandang memandang. Oleh karenanya pintu ini telah ditutup dengan *ghadd al-bashar*.⁴

Umar Bin Khattab ra memuji sederhana dalam konsumsi dan mengecam melampauinya sampai tingkat boros, atau turun darinya dari tingkat pelit. Beliau berkata ‘*Dalam mengkonsumsi hendaknya kamu sederhana dalam makanan kamu; karna sesungguhnya kesederhanaan itu lebih dekat dengan perbaikan, lebih jauh dari pemborosan, dan lebih menguatkan dalam beribadah kepada Allah Swt.*⁵

Dimana kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah

Yang Maha Pengasih, seperti disebut dalam firman-Nya,

³ Sarwono, 2009, (*Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*), Jurnal Inovasi Pertanian, Vol 8. No.1 h.45

⁴ Abul A' la Maududi, *Jilbab Wanita Dalam Masyarakat Islam*, (Bandung: Marja, 2005), h. 200.

⁵ Jaribah bin Ahmad al Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Khathab*, ...h.145.

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

Artinya “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak pula kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah yang antara demikian”.(Al- Furqan:67)

Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, trend jilbab sudah menjadi gaya, berjilbab dengan gaya model terbaru telah memikat hati banyak mahasiswi. Jilbab yang dimaksud para mahasiswi ialah kain yang menutupi bagian atas kepala, dalam bahasa arab disebut Khimar (kerudung). Saat ini Khimar tidak hanya dipandang sebagai penutup kepala yang menggambarkan kesan anak desa dan kuno. Khimar sekarang tidak hanya sekedar menggunakan kain besar yang menutupi semua aurat. Gaya memakai jilbab (Khimar) saat ini menjadi lebih kreatif dan variatif, menjadi lebih ngetrend. Adanya Perbedaan kebutuhan fisiologis mulai dari ingin tampil lebih gaya, ingin mengikuti syariat atau bahkan hanya ingin disebut *update* dalam *trend* jilbab, ini dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari gaya hidup, lingkungan, teman, hingga model jilbab yang terus menerus berubah. Padahal Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat (wajar), tidak berlebihan tidak juga keterlaluhan, lebih lanjut Al-Qur'an juga melarang terjadinya perbuatan mubadzir (menghamburkan harta tanpa guna).⁶ Sudah menjadi ketentuan di IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa yang telah menjadi hal penting dikalangan

⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, cet ke 1, (Yogyakarta: Badan Penelitian Fakultas Ekonomi, 2004), h. 165.

mahasiswi untuk berjilbab, karna merupakan Institut Agama Islam Negeri berdasarkan pada keputusan senat STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa Nomor 2 Tahun 2009 tentang Pedoman Perilaku Mahasiswa STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa pasal 4 huruf b ‘*Mahasiswa berkewajiban berbusana muslimah bagi perempuan dengan ketentuan tidak ketat serta menjulurkan jilbab hingga menutupi bagian dada, sebagaimana contoh terlampir*’⁷. Tentang pakaian dan pergaulan telah dijelaskan bagaimana tata tertib berpakaian dan pergaulan yang benar dan baik di lingkungan kampus. Jika dilihat saat ini banyak *trend* model jilbab yang semakin lama semakin menggeser makna jilbab yang sebenarnya.

Masing- masing mahasiswi telah memiliki model tertentu dalam berjilbab, mencari model-model jilbab terbaru di sosial media ataupun melihatnya dari teman kuliah. Sepertihalnya mahasiswi yang mengenakan jilbab dengan berbagai modifikasi tertentu sesuai perubahan zaman dengan tidak memperdulikan apakah jilbab sudah syar’i atau belum. Jilbab tidak hanya berfungsi sebagai penutup aurat, melainkan sebagai perhiasan wanita untuk memperindah dan mempercantik dirinya. Kemudian digunakan pada saat kuliah ataupun diluar kampus, padahal trend jilbab yang mereka gunakan dikampus tidak sesuai dengan etika yang diterapkan di Fakultas Syari’ah dan cenderung membeli jilbab berlebihan. Disinilah tampaknya kita dihadapkan dengan fakta yang semakin jauh perempuan-perempuan muslimah untuk memakai jilbab, jilbab yang tadinya

⁷ Zulkarnaini, *Pedoman Perilaku Mahasiswa STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa*, (Langsa, STAIN Zawiyah Cot Kala, 2013), h. 8.

merupakan perkara yang sederhana kini telah berubah menjadi perkara yang rumit dan sulit karena dijadikan sebagai ajang mengikuti trend yang jelas mengarah ke arah hidup konsumtif padahal dalam Islam sendiri melarang hidup konsumtif atau berlebih-lebihan.

Dalam pandangan kehidupan seperti ini, sangat berbeda dengan nilai Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik didunia maupun di akhirat.⁸

Mengingat pentingnya berjilbab (Khimar) bagi seorang mahasiswa di kampus dan berperilaku hemat dalam mengkonsumsi yang menjadi landasan dalam seorang muslim untuk meraih ridha Allah Swt, maka timbulah niat penulis untuk meneliti lebih jauh tentang perilaku berjilbab sehingga mengambil judul skripsi “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ISLAM DALAM TREND JILBAB PADA MAHASISWI FAKULTAS SYARI’AH (ANGKATAN 2013) IAIN ZAWIYAH COT KALA LANGSA.

⁸ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm.4.

A. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana persepsi mahasiswi Fakultas Syari'ah angkatan 2013 IAIN Langsa dalam hal trend jilbab ?
2. Bagaimana perilaku konsumsi Islam mahasiswi Fakultas Syari'ah IAIN Langsa dalam mengikuti trend model jilbab?

B. PENJELASAN ISTILAH

1. Analisis

Analisis yaitu menyelidiki suatu peristiwa (karya, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui apa sebabnya, bagaimana duduk perkaranya, dan sebagainya.⁹

Dalam penelitian ini menganalisis persepsi dan perilaku mahasiswi dalam trend jilbab.

2. Konsumen Islam

Perilaku konsumen Islam adalah sikap yang dilakukan oleh seorang muslim dimana dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual).¹⁰

3. Mahasiswi

⁹ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka,2002), h. 12.

¹⁰ Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008)

Dalam peraturan pemerintah RI No.30 Tahun 1990, Mahasiswi adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di suatu perguruan tinggi tertentu.¹¹ Mahasiswi dalam penelitian ini ialah mahasiswi Fakultas Syariah angkatan 2013 IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa yang terdiri dari dua jurusan yakni Muamalat dan Ahwalasyakhsyah.

4. Trend

Trend adalah gaya hidup mutakhir, atau gaya modren.¹² Trend yang dimaksud ialah trend berbagai cara dalam menggunakan khimar dikalangan mahasiswi.

1. Jilbab

Syaikh bin Abbaz berkata, ‘Jalabib adalah bentuk jamak dari jilbab. Adapun jilbab adalah sesuatu yang dikenakan oleh perempuan di atas kepalanya untuk berhijab dan menutupi dirinya.¹³

Masyarakat di Indonesia salah mendefenisikan jilbab, jilbab ialah baju longgar yang menutupi seluruh tubuhnya, sedangkan kain untuk penutup kepala disebut Khimar.

Khumur bentuk jamak dari khimar, yang berarti kain penutup kepala. Dalam bahasa Indonesia disebut kerudung. Imam Ibnu Mandzur

¹¹<http://id.shvoong.com/book/harry-potter-dan-batu-bertuah/Pengertian> Mahasiswa adalah..., di akses tanggal 7 september 2015.

¹² *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa), h. 569.

¹³ Abu Ubaidah Usamah bin Muhammad Al- Jammal, *Shahih Fiqih Wanita*, (Surakarta: Insan Kamil, 2010), h. 473.

menuturkan al-khimar li al-mar'ah: al-nashiif (khimar bagi perempuan adalah al-nashiif (penutup kepala).¹⁴

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui mahasiswi Fakultas Syariah dalam memaknai jilbab juga mengenakan berbagai jilbab.
2. Menganalisis perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari'ah IAIN Langsa dalam mengikuti trend jilbab menurut teori konsumsen Islam.

D. MANFAAT PENELITIAN

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

1. Manfaat teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu Syari'ah khususnya dalam hal perilaku konsumen muslim.
 - b. Untuk mahasiswi IAIN Langsa agar mampu menyikapi trend dengan baik agar tidak terbawa arus modernisasi lebih jauh lagi.
2. Manfaat praktis
 - a. Untuk konsumen, memberikan informasi kepada konsumen muslim tentang batasan-batasan konsumsi yang disyariatkan dalam Islam. Serta menggunakan jilbab yang sesuai dengan syariat.

¹⁴ Syukri M Yusuf, Busana Islam di Nangroe Syariah, (Dinas Syariat Islam Aceh, Banda Aceh,2011), h 6

- b. Untuk Produsen, memberikan informasi kepada produsen tentang jilbab yang sesuai dengan syariat yang pantas untuk di produksi dan dijual.
- c. Untuk masyarakat luas, memberikan pengetahuan tentang ilmu ekonomi islam, khususnya tentang perilaku seorang muslimah dalam mengkonsumsi.

E. KAJIAN PUSTAKA

Dalam melakukan penelitian skripsi ini, penulis bukanlah yang pertama membahas tentang perilaku konsumen dalam perspektif Islam. Banyak tulisan ataupun karangan-karangan ilmiah yang membahas tentang tema tersebut, baik bercorak studi kasus (penelitian) ataupun literatur (referensi). Di antaranya:

Muhammad Muflih, M.A, dalam buku “*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) buku ini menjelaskan bahwa konsumen muslim yang beriman dan bertakwa mendapatkan penghasilan rutinnya tidak pernah berfikir pendapatan yang didapat tidak semuanya untuk diri sendiri melainkan sebagiannya dibelanjakan di jalan Allah (fi sabilillah).¹⁵

¹⁵ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)

Buku shahih Fiqh Wanita Karangan Abu ‘ Ubaidah Usamah Bin Muhammad Jammal yang diterjemahkan oleh Arif Rahman Hakim, Lc. Dalam buku ini dijelaskan tentang pengertian hijab, dalil tentang hijab, baik dari hadist maupun Al-qur’an serta pendapat-pendapat para ulama tentang kewajiban menutup aurat bagi wanita dan pendapat dalam hal apakah wajib menutup muka atau tidak bagi wanita.

Dalam sebuah buku tulisan Fadwa El Guindi seorang Antropolog ‘*JILBAB (antara kesalehan, kesopanan, dan perlawanan)*,’ menjelaskan jilbab secara komprehensif dan meletakkannya dalam konteks berpakaian multimedial sebagai model komunikasi yang dibangun dari lintas budaya, lintas agama, dan gender. Jilbab ternyata fenomena purba yang kaya makna dan penuh nuansa. Jilbab bisa berfungsi sebagai bahasa penyampaian pesan sosial dan budaya. Bagi penganut Kristen Protestan jilbab merupakan simbol bermuatan ideologis. Di kalangan umat Katolik jilbab menandai pandangan tentang kewanitaan dan kesalehan. Sedangkan pada masyarakat Islam, jilbab bisa menjadi alat resistensi.¹⁶

Dari berbagai kepustakaan di atas menunjukkan bahwa penelitian-penelitian terdahulu berbeda dengan permasalahan yang diangkat oleh penulis. Penelitian-penelitian terdahulu atau beberapa kasus yang ada secara umum membahas tentang pemahaman perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam dan tentang pemikiran para ilmuwan. Sedangkan yang penulis teliti saat ini adalah studi lapangan yang berjudul “*Analisis*

¹⁶ Fadwa El Guindi, *JILBAB (Antara kesalehan, kesopanan, dan perlawanan)* , (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003)

Perilaku Konsumen Islam Dalam Trend Jilbab Pada Mahasiswi Fakultas Syari'ah (Angkatan 2013) IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan Bab ini meliputi latar belakang masalah yang menjelaskan tentang problem dan substansi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori Bab ini berisi pembahasan umum tentang topik atau pokok bahasan, yaitu pengertian perilaku konsumen, konsumen islam, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsume, prinsip konsumsi islam, etika konsumsi islam, batasan konsumsi islam, tujuan konsumsi islam serta pengertian jilbab, landasan diwajibkannya memakai jilbab, dan kriteria serta manfaat jilbab dalam islam.

BAB III : metodologi penelitian yang berisikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan tahapan penelitian serta pedoman penulisan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan Bab ini menjelaskan Gambaran Objek Penelitian, persepsi mahasiswi fakultas syariah angkatan 2013 dan

analisis perilaku konsumsi islam pada mahasiswi fakultas Syariah IAIN

Zawiyah Cot Kala Langsa dalam mengikuti trend model jilbab.

BAB V : penutup Berisi tentang kesimpulan, dan saran.

