

Hiperrealitas Pembelian Produk *Fashion* Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo melalui Pasar Virtual dalam Perspektif Ekonomi Islam

Zia Lutfiatur Rosyida¹, Eka Mulia Nurul Al Amin²

Jurusan Ekonomi Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia
zialutfiaturrosyida@gmail.com

Abstrak

Konsumen sekarang terutama kalangan mahasiswa lebih memilih untuk menunjukkan eksistensinya dengan melakukan pembelian produk *fashion* melalui pasar virtual agar tidak dibilang ketinggalan zaman daripada mengikuti rasionalisme yang sesuai dengan konsep konsumsi Islam karena adanya konsep hiperrealitas dimana objek konsumsi sekarang sudah menjadi seperangkat sistem klasifikasi status, prestise, bahkan tingkah laku masyarakat. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana hiperrealitas yang terjadi pada praktik pembelian produk *fashion* oleh mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dari perspektif ekonomi Islam. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menjelaskan fenomena tersebut dengan pemilihan 9 informan kunci yang pernah melakukan transaksi di pasar virtual, khususnya pembelian produk *fashion*. Didapatkan bahwa sebagian mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo yang berusia 19-22 tahun dan dari berbagai karakter sosial ekonomi yang berbeda secara tidak sadar telah melakukan praktik hiperrealitas. Kebanyakan dari mereka membeli produk *fashion* bukan atas dasar kebutuhan, namun hanya didasarkan pada keinginan saja. Perilaku ini berlawanan dengan rasionalisme dalam Islam yang mengutamakan masalah, dimana seharusnya kita memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan kita yang tidak ada habisnya.

Kata Kunci: hiperrealitas, konsumsi, rasionalisme, masalah