

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya Korean Pop (K-pop) merupakan salah satu bentuk budaya musik populer yang berasal dari Korea Selatan dan saat ini berkembang pesat serta diminati oleh kalangan anak muda di berbagai negara, termasuk Indonesia. K-pop memiliki karakteristik musik dan visual yang khas sehingga mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi para penggemarnya. Perkembangan tersebut mendorong terbentuknya komunitas penggemar yang dikenal dengan sebutan *K-popers* (*Korean Pop Lovers*), yaitu kelompok penggemar yang secara aktif mengikuti dan mendukung idola favoritnya, baik penyanyi maupun grup musik Korea.² Perkembangan K-pop tidak hanya berdampak pada aspek hiburan, tetapi juga memengaruhi pola perilaku sosial dan ekonomi penggemarnya, khususnya dalam aspek konsumsi. Salah satu bentuk perilaku yang menonjol adalah meningkatnya permintaan terhadap produk-produk yang berkaitan dengan idola K-pop, seperti album, merchandise resmi, tiket konser, serta berbagai produk pendukung lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa K-pop telah berkembang menjadi industri budaya yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

² Yuni Nur Taqwin, "Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas K-Pop "Ever Lasting Friends (ELF)" Surabaya," *Jurnal Universitas Airlangga Surabaya*, (2016): 3.

Berdasarkan data yang dikutip dari *Tribun Jogja*, jumlah pemutaran musik K-pop di Indonesia pada tahun 2023 meningkat sebesar 55,8% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan total pemutaran mencapai 7,48 miliar kali, meningkat dari 4,8 miliar pemutaran pada tahun 2022. Selain itu, laporan *Kondisi Hallyu di Dunia Tahun 2019* yang diterbitkan oleh *Korea Foundation* (KF) mencatat bahwa hingga Desember 2019 terdapat sekitar 99,32 juta penggemar Hallyu di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, jumlah penggemar Hallyu mencapai sekitar 2,31% atau setara dengan 2,29 juta orang, yang sebagian besar turut terlibat dalam aktivitas konsumsi produk K-pop.³

Penggemar K-pop tidak hanya menikmati karya idola melalui media digital, seperti YouTube dan Spotify, tetapi juga aktif melakukan berbagai aktivitas pendukung, seperti mengikuti komunitas fandom, mengumpulkan informasi melalui media sosial, serta membeli album dan merchandise sebagai bentuk loyalitas dan identitas diri. Aktivitas tersebut sering kali melahirkan pola konsumsi yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan pada kepuasan emosional, gaya hidup, dan dorongan sosial dalam komunitas penggemar.⁴

Dalam beberapa kondisi, perilaku konsumsi penggemar K-pop menunjukkan kecenderungan konsumsi impulsif, yaitu keputusan

³ Alifia Nuralita Rezaqiana, “7 Negara Yang Paling Banyak Streaming Lagu Kpop Tahun 2023,” diakses pada 14 Maret 2024, <https://jogja.tribunnews.com/2023/10/28/7-negara-yang-paling-banyak-streaming-lagu-k-pop-tahun-2023-indonesia-ranking-3-korea-ranking-4?page=all>.

⁴ Michelle dkk., “Studi Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Comsumptive Behavior Pada Kolektor Merchandise K-pop,” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, (2023): 188.

pembelian yang dilakukan tanpa mempertimbangkan skala prioritas kebutuhan. Dorongan untuk mengikuti tren dan rasa takut tertinggal dari komunitas (*fear of missing out*) mendorong sebagian penggemar untuk melakukan pengeluaran yang berlebihan. Fenomena ini berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan dalam pengelolaan keuangan serta menggeser orientasi konsumsi dari pemenuhan kebutuhan menjadi pemenuhan keinginan semata.⁵

Dalam perspektif Islam, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan material, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus selaras dengan nilai-nilai syariah. Islam mengajarkan keseimbangan dan kehati-hatian dalam membelanjakan harta, serta melarang perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan. Konsumsi diarahkan untuk mewujudkan *maslahah* dan menghindari kemudharatan, baik bagi individu maupun masyarakat.⁶

Ekonomi syariah menolak pola konsumsi yang bersifat materialistis dan berlebihan sebagaimana yang sering dijumpai dalam sistem ekonomi kapitalis dan sosialis. Islam menekankan bahwa konsumsi harus berorientasi pada *maslahah*, bukan sekadar utilitas atau kepuasan individu. Tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah mewujudkan kesejahteraan yang seimbang antara kepentingan individu dan masyarakat, serta antara kehidupan dunia dan akhirat. Prinsip ini sejalan dengan

⁵ Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia," *Jurnal Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung*, (2020): 44.

⁶ Indah Sopiah, "Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi dan Kesejahteraan Umat dalam Ekonomi Syariah," *Skripsi IAIN Bengkulu*, (2023): 45–46.

konsep *maqasid syariah*, yaitu tujuan-tujuan syariat Islam yang berorientasi pada penciptaan kemaslahatan dan pencegahan kerusakan.⁷

Ada beberapa ajaran Islam yang berlaku sebagai acuan konsumsi. Pertama, konsumsi lebih difokuskan pada aspek masalah bukan utilitas. Yang berarti bahwa konsep konsumsi di ajaran Islam haruslah memikirkan kesejahteraan dan manfaat konsumsi tersebut untuk masyarakat bersama bukan hanya manfaat untuk diri sendiri sebagai konsumen. Mencapai masalah merupakan tujuan dari hukum Islam (*maqashid syariah*). Kedua, dalam Islam melarang konsumsi barang dan jasa secara berlebihan, tidak sesuai kebutuhan tapi hanya berdasarkan keinginan. Ketiga, Islam menekankan jika konsumsi dapat diupayakan asalkan memperhatikan pihak lain yang tidak mampu untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, Islam menekankan aspek *zakat*, *infaq*, dan *sadaqah*.⁸

Menurut Wahbah al-Zuhaili, *maqasid syari'ah* merupakan nilai-nilai dan tujuan yang terkandung dalam keseluruhan ketentuan hukum Islam. Sementara itu, Al-Syatibi menegaskan bahwa seluruh hukum syariah ditetapkan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat. Kemaslahatan tersebut mencakup penjagaan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Oleh karena itu, perilaku konsumsi yang berlebihan, tidak

⁷ Faqih El Wafa, "Implikasi Teori Maqasid Al-Syari'ah Al-Syatibi Terhadap Perilaku Konsumen," *Jurnal Hadratul Madaniah* 9, no. 1 (2022): 39.

⁸ Abdul Ghofur. *Pengantar Ekonomi Syariah* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 77.

rasional, dan merugikan diri sendiri maupun orang lain dipandang tidak sejalan dengan tujuan syariat.⁹

Menurut Al-Syatibi, pada saat merumuskan aturan, Allah memutuskannya demi kemaslahatan setiap individu di dunia maupun akhirat. Al-Syatibi beropini bahwa masalah menjadi tujuan syari'ah dapat diketahui melalui metode induktif, menjadi penerangan atas faktor-faktor sebuah aturan atau tuntutan secara rinci. Al-Syatibi menaruh contoh yang sudah dijelaskan faktor dan sebabnya pada al-Qur'an. Misalnya perintah wudhu yang bertujuan kesucian, perintah berpuasa yang bertujuan ketaqwaan dan kesalehan, serta perintah berjihad yang bertujuan kemerdekaan. Al-Syatibi membahas mengenai kehendak dan penciptaan manusia. Dalam pembahasan ini, Al-Syatibi mengungkapkan bahwa beberapa konsep yang berkaitan menggunakan tujuan versi *mukhalaf* yaitu mengenai konsep tujuan versi *mukhalaf*, aktif versi yaitu mengenai konsep *masalah*, *dalalah*, *taklif*, *taabbud*, dan niat.¹⁰

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa budaya K-pop memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi penggemarnya dan cenderung mendorong perilaku konsumtif. Namun, penelitian yang secara khusus menganalisis perilaku konsumsi penggemar K-pop dengan menggunakan perspektif maqashid syariah Al-Syatibi, terutama pada tingkat komunitas lokal, masih relatif terbatas. Selain itu,

⁹ Wahbah al-Zuhaili, *Ushul al-Fiqh al-Islami* II (Damaskus: Dar al-Fikr, 2008), 307.

¹⁰ Akmal Marhalifams, "Fiscal Policy in the Spectrum As-Shari'ah Maqashid: Study of Al-Syatibi Thinking in the Book of Al-Muwafaqat", *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2023): 45–60.

perbedaan kondisi sosial dan budaya di setiap daerah memungkinkan munculnya pola konsumsi yang beragam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis perilaku konsumsi penggemar K-pop pada komunitas penggemar di wilayah Kediri serta meninjaunya dalam perspektif *maqashid syariah* Al-Syatibi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian ekonomi Islam, sekaligus menjadi rujukan dalam memahami dan mengarahkan perilaku konsumsi generasi muda agar lebih seimbang dan selaras dengan nilai-nilai Islam.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumsi penggemar K-pop dalam, pembelian *merchandise* K-pop di wilayah Kediri?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi perilaku konsumsi penggemar K-pop terhadap pembelian *merchandise* K-pop?
3. Bagaimana perilaku konsumsi penggemar K-pop tersebut ditinjau dari perspektif *maqashid syariah* Al-Syatibi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perilaku konsumsi penggemar K-pop dalam pembelian *merchandise* K-pop di wilayah Kediri.

2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi penggemar K-pop terhadap pembelian *merchandise* di wilayah Kediri.
3. Untuk menganalisis perilaku konsumsi penggemar K-pop dalam perspektif *maqashid syariah* Al-Syatibi.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas jelas bahwa penelitian ini bermanfaat bagi pihak terkait dan penulis. Berikut adalah manfaat yang bisa diperoleh melalui penelitian ini.

1. Secara teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat dari penelitian ini yang dapat memberikan informasi dan perkembangan ilmu untuk pengetahuan mengenai ilmu perilaku konsumtif guna peningkatan pertimbangan konsumsi masyarakat serta dapat memberi referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga perilaku konsumtif dapat lebih terkontrol.

2. Secara praktis

Secara praktis penelitian ini bisa bermanfaat jika diterapkan secara langsung bagi beberapa aspek, antara lain:

a. Bagi Akademik

Penelitian ini bisa bermanfaat sebagai bahan masukan serta sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di Universitas Islam

Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada Bidang Ekonomi dan hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca.

b. Bagi Lembaga dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan terhadap para masyarakat mengenai perilaku konsumtif yang seringkali tidak mempertimbangkan mengenai tingkatan prioritas kebutuhan yang menyebabkan perilaku konsumtif ini kurang bermanfaat bagi kestabilan ekonomi setiap individu, sehingga diharapkan setelah membaca penelitian ini masyarakat akan lebih memperhatikan skala prioritas pengeluaran dan tidak melakukan kegiatan pemborosan penghasilan tanpa pertimbangan pemenuhan kebutuhan yang lebih utama sehingga kebutuhan utama dapat terpenuhi terlebih dahulu.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi yang sejenis mengenai penelitian yang serupa terkait perilaku konsumtif individu, *Korean Wave* (K-pop), dan perilaku konsumtif dalam pandangan *maqashid syariah* sehingga mempermudah penelitian selanjutnya.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup merupakan pembatasan masalah terhadap subjek yang diteliti untuk memudahkan penelitian dengan cara yang lebih efisien dan efektif dalam membedakan aspek-aspek tertentu dari objek tersebut. Ruang lingkup penelitian ini yaitu peneliti lebih memfokuskan pada judul dengan fokus terkait bagaimana perilaku konsumsi penggemar K-Pop di wilayah Kediri, Jawa Timur.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan tentang pengidentifikasian yang berhubungan dengan batasan yang diperkirakan ada di penelitian, hal ini dimaksudkan supaya bisa memiliki tujuan yang jelas dan bisa terealisasi, mengenai tingkatan konsumsi terhadap suatu *merchandise* K-pop tersebut. Dengan adanya batasan tersebut maka permasalahan yang akan dibahas dapat menjadi titik acuan guna pembahasan yang diteliti dapat mempunyai keterkaitan dengan judul yang peneliti pilih.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan pemahaman maka perlu dilakukan penegasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Definisi Konseptual

a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan pola perilaku individu dalam melakukan pembelian dan penggunaan barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, serta kurang mempertimbangkan aspek rasionalitas, skala prioritas, dan manfaat jangka panjang. Perilaku ini umumnya dipengaruhi oleh faktor emosional, gaya hidup, dan lingkungan sosial.¹¹

b. Budaya *Korean Wave* (K-Pop)

K-pop merupakan singkatan dari Korean Pop dan mengacu pada aliran musik pop yang berasal dari Korea Selatan. Perkembangan musik K-pop telah membentuk perilaku penggemar. Salah satu ciri perkembangan K-pop adalah meningkatnya permintaan terhadap barang-barang idola asal Korea. Penggemar adalah orang yang sangat menyukai dan mengagumi sesuatu serta membentuk basis penggemar atau fandom dalam komunitas dengan penggemar lainnya. Penggemar K-pop seringkali melakukan aktivitas yang mendukung idolanya seperti mengumpulkan banyak informasi tentang idola melalui

¹¹ James S. Coleman, *Dasar-Dasar Teori Sosial IV* (Bandung: Nusa Media, 2011), 326.

internet dan media sosial, menonton musik dan video musik melalui *platform* seperti Youtube dan Spotify dan mendukung idolanya dengan membeli album dan *merchandise* resmi mereka.¹²

c. Perilaku Konsumsi dalam Maqashid Syariah

Maqashid syariah merupakan tujuan-tujuan ditetapkan hukum Islam yang berorientasi pada penciptaan kemaslahatan dan pencegahan kemudharatan. Menurut Wahbah al-Zuhaili, *maqasid syariah* mencerminkan nilai dan tujuan yang terkandung dalam keseluruhan ketentuan hukum Islam. Al-Syatibi menjelaskan bahwa kemaslahatan tersebut mencakup penjagaan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Dalam konteks konsumsi, *maqashid syariah* menekankan pentingnya keseimbangan, penghindaran perilaku berlebihan (*israf*), serta pengelolaan harta secara bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹³

2. Secara Operasional

Maqashid syariah merupakan tujuan-tujuan ditetapkan hukum Islam yang berorientasi pada penciptaan kemaslahatan dan pencegahan kemudharatan. Menurut Wahbah al-Zuhaili, *maqasid syariah* mencerminkan nilai dan tujuan yang terkandung dalam keseluruhan ketentuan hukum Islam. Al-Syatibi menjelaskan bahwa kemaslahatan

¹² Felicia Angela Handoko dkk., "Idol Fanaticism of Indonesian K-pop Fans: Fandom Identity, Personality Type, and Celebrity Worship among K-pop Fans," *Jurnal Psikologi Ulayat* 11, no. 1 (2024): 55–74.

¹³ Faqih El Wafa, "Implikasi Teori Maqasid Al-Syari'ah Al-Syatibi Terhadap Perilaku Konsumen," *Jurnal Hadratul Madaniah* 9, no. 1 (2022): 44.

tersebut mencakup penjagaan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Dalam konteks konsumsi, *maqashid syariah* menekankan pentingnya keseimbangan, penghindaran perilaku berlebihan (*israf*), serta pengelolaan harta secara bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai Islam.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Berikut ini akan dijelaskan mengenai susunan sistematika dari penulisan skripsi guna memberi arahan agar dalam menyusun skripsi dengan runtut dan juga sistematis daripada pokok permasalahan yang diteliti beserta penjelasannya:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pertama berisi tentang sebuah gambaran yang menjelaskan isi dari keseluruhan akan penelitian yang diteliti secara lebih singkat berdasarkan latar belakang permasalahan yang diambil untuk dibahas, kemudian fokus masalah selanjutnya terhadap tujuan, manfaat, ruang lingkup penelitian penegasan untuk istilah teori, sistematika untuk penulisan skripsi.

2. BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini menjelaskan mengenai kajian atau landasan teori guna acuan sebelum penelitian langsung dilapangan yang berisikan teori dari perilaku konsumtif berdasarkan *maqashid syariah*

terhadap penggemar K-pop yang tercantum pada judul dari penelitian yang dilakukan.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga ini menjelaskan akan metode dari penelitian yang digunakan agar data yang diperoleh bisa akurat dan tepat dengan tujuan untuk mencapai hasil yang maksimal, terdiri dari pengumpulan dan analisis data, pengecekan untuk keabsahan dari data, serta tahap dalam penelitian.

4. BAB IV: HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat menjelaskan tentang data akurat yang sudah diperoleh dari hasil observasi langsung dilapangan dengan melihat kenyataan sebenarnya melalui wawancara yang didokumentasikan. Selanjutnya peneliti menjelaskan dalam bentuk deskripsi tentang analisisnya terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan.

5. BAB V: PEMBAHASAN

Dalam bab kelima ini akan dijelaskan untuk hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan lalu dikaitkan dengan teori yang sudah ada untuk selanjutnya dibuat sebuah kesimpulan.

6. BAB VI: PENUTUP

Pada bab keenam ini memaparkan mengenai kesimpulan serta saran dari penulis tentang temuan yang diteliti dengan melakukan analisis data dan variabel.