

# Gaya Hidup Konsumsi Fashion Santri Bahrul Ulum Tambakberas Jombang

Dwika Alvanico, Arief Sudrajat

Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa

[dwika.18081@mhs.unesa.ac.id](mailto:dwika.18081@mhs.unesa.ac.id)

## **Abstract**

*The research was conducted against the background of changes in the behavior of the students of Bahrul Ulum. Santri are expected to be the superior generation in change with their morals, morals and knowledge. Santri are always characterized by a simple life by controlling consumptive behavior, but the reality is the opposite. A negative lifestyle by consuming fashion products is widely practiced. The purpose of this study is to describe a group of students whose lifestyle is fashion consumption, the consumption of types of fashion, and the main value of fashion consumption. The researcher uses Jean Baudrillard's consumption theory which focuses on the sign value of consumption. The method used is qualitative with a case study approach of Robert K. Yin. The types of fashion consumption carried out by students include shoes, hem, hoodies, watches, t-shirts (clothes), bags, jackets. The main values desired by students are divided into three, upper class students, middle class students, and lower class students. The value of upper social class students consume branded fashion because of the habits of the family and some want to show their social status. The value of middle and lower class students is almost the same, namely to look cool, be accepted by the circle of friends and look like they have a luxurious lifestyle. Middle and lower class students consider that branded fashion has symbolic or sign values that can elevate their social status among other students.*

*Keywords : Santri, Consumptive Lifestyle, Fashion, Sign Value*

## **Abstrak**

Penelitian dilakukan dilatarbelakangi oleh perubahan perilaku santri Bahrul Ulum. Santri yang diharapkan menjadi generasi unggul dalam perubahan dengan akhlak, moral dan pengetahuan yang dimiliki. Santri yang selalu dicirikan dengan kehidupan sederhana dengan mengontrol perilaku konsumtif, namun realitas yang terjadi adalah sebaliknya. Gaya hidup negatif dengan mengkonsumsi produk fashion banyak dilakukan. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan kelompok santri yang bergaya hidup konsumsi fashion, konsumsi jenis fashion, dan nilai utama konsumsi fashion. Peneliti menggunakan teori konsumsi Jean Baudrillard yang memusatkan perhatian kepada nilai tanda dari konsumsi. Metode yang digunakan kualitatif dengan pendekatan studi kasus Robert K.Yin. Jenis-jenis konsumsi fashion yang dilakukan oleh santri antara lain, sepatu, hem, hoodie, jam tangan, t-shirt(baju), tas, jaket. Nilai utama yang diinginkan oleh santri yakni, dibagi menjadi tiga, santri kelas atas, santri kelas menengah, dan santri kelas bawah. Nilai santri kelas sosial atas melakukan konsumsi fashion bermerek karena kebiasaan dari keluarga dan ada yang ingin menunjukkan status sosialnya. Nilai santri kelas menengah dan bawah hampir sama yaitu agar terlihat keren, diterima lingkungan pertemanan dan terlihat memiliki gaya hidup mewah. Santri kelas menengah dan bawah menganggap bahwa fashion bermerek memiliki nilai simbol atau nilai tanda yang mampu meninggikan status sosialnya dikalangan santri lain.

Kata Kunci : Santri, Gaya Hidup Konsumtif, Fashion, Nilai Tanda

## **1. Pendahuluan**

Jombang dikenal dengan kota santri karena mayoritas penduduknya beragama Islam dan berdiri banyak tempat pendidikan agama Islam (Pesantren). Dapat dikatakan Jombang merupakan pusat pesantren di Jawa bila dilihat dari banyaknya pesantren, sebanyak 119 pondok pesantren di Jombang telah terdaftar di Kementerian Agama RI[1]. Pondok Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan non-formal yang berfokus pada pengajaran agama Islam, yang mana pengetahuan-pengetahuan berkaitan dengan agama Islam diharapkan diperoleh dalam pesantren tersebut. Pondok pesantren dibangun untuk tujuan pendidikan dan pengajaran dalam mengembangkan dan

menyebarkan agama Islam[2]. Pondok pesantren sebagai penyiaran agama dan lembaga sosial memiliki fungsi untuk mentranfer ilmu, menjaga tradisi Islam, dan sebagai reproduksi ulama.

Pesantren telah berkembang dari pendidikan non-formal mejadi pendidikan formal. Maksudnya adalah dahulu pesantren yang hanya mengajarkan santri pada taraf moral dan kitab yang biasa disebut dengan pondok salfiyah saat ini telah berkembang menjadi pendidikan formal bersifat modern guna berusaha untuk mengimbangi tuntutan modernitas. Pondok pesantren modern adalah pondok pesantren yang telah dilengkapi dengan lembaga pendidikan didalamnya, diantaranya telah diselenggarakan sistem sekolah umum hingga berdiri perguruan tinggi[3]. Salah satu pondok pesantren yang menerapkan sistem ini adalah Bahrul Ulum yang bertempat di desa Tambakberas, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang. Pesantren ini merupakan pesantren tertua dan terbesar yang ada di Jawa Timur[4]. Pondok Bahrul Ulum dapat dikatakan sebagai pondok modern. Dengan banyak sekolah yang dimiliki dari usia pra sekolah hingga perguruan tinggi.

Jumlah santri yang banyak tidak hanya berasal dari Kabupaten Jombang saja, namun juga berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Dalam pendataan guna dilakukan vaksinasi covid-19 jumlah santri terdata sebanyak 12 ribu orang[5]. Setiap santri memiliki latar belakang keluarga, latar belakang kehidupan sosial, juga budaya yang berbeda. Keberadaan lingkungan pondok pesantren ini telah lengkap dengan berbagai fasilitas yang dibutuhkan oleh santri. Dari kebutuhan pendidikan hingga kebutuhan sehari-hari. Dilingkungan pondok juga sudah berdiri berbagai toko swalayan seperti halnya Indomaret dan Alfamart, warung internet, dan tokoh baju. Semakin besar pondok pesantren ini juga memunculkan banyak usaha-usaha lain seperti café dan kedai kopi.

Pondok pesantren mengajarkan pendidikan yang mengedepankan moral, mengajarkan keiklasan dan sungguh-sungguh dalam menuju kualitas diri, memiliki sifat mandiri dan tanggung jawab, serta kesederhanaan yang diartikan sebagai perbuatan yang efisien yaitu tidak melakukan perbuatan yang tidak berguna, termasuk didalamnya berperilaku boros atau konsumtif. Akan tetapi karena kurang mampu dalam mengadopsi modernisasi pendidikan dengan baik, perubahan pondok pesantren dapat mengancam kehidupan santri. Misalnya fenomena yang sedang marak saat ini dikalangan masyarakat dan telah merambah pada lingkungan pesantren, yaitu gaya hidup konsumtif. Salah satu bentuk fenomena konsumtif yang terjadi pada santri yaitu dalam pembelian produk fashion. Sebelumnya santri diidentikan dengan seseorang dengan hidup sederhana dan apa adanya. Akan tetapi saat ini ketika santri berada diluar kawasan pondok pesantren maka akan sulit membedakan mana santri dan mana masyarakat biasa jika hanya dilihat dari pakaian saja.

Setiap pondok pesantren tentu mengajarkan santri untuk hidup sederhana dan tidak berlebihan. Sayangnya jika dilihat dari fenomena yang terjadi santri membeli produk fashion secara berlebihan maka hal tidak lagi menggambarkan akhlak santri yang hidup sederhana dan tidak berlebihann. Dengan begitu terdapat kesenjangan antara apa yang diajarkan oleh pondok pesantren dengan gaya hidup yang

dilakukan oleh santri. Karena santri yang seharusnya hidup sederhana saat ini berperilaku konsumtif. Santri yang diharapkan menjadi generasi unggul dalam perubahan dengan akhlak, moral dan pengetahuan yang dimiliki dimasa mendatang. Santri yang diharapkan untuk dapat berintegrasi dengan masyarakat dan lingkungan umum dengan nilai-nilai kesederhanaan, menularkan perilaku positif dengan mampu mengontrol perilaku konsumtif, namun realitas yang terjadi adalah sebaliknya gaya hidup negatif dengan mengkonsumsi barang-barang fashion yang bukan menjadi kebutuhan pokok santri banyak dilakukan. Maka dengan itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan dengan judul “Gaya Hidup Konsumsi Fashion Santri Bahrul Ulum Tambakberas Jombang”. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan kelompok santri Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambak Beras Jombang yang bergaya hidup konsumsi fashion, mendeskripsikan konsumsi jenis fashion, dan mendeskripsikan nilai utama konsumsi fashion.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Santri**

Clifford Geertz terdapat dualisme pengertian terhadap masyarakat santri, pengertian dengan artian secara luas dan sempit. Secara luas masyarakat santri adalah orang yang memeluk islam, pergi ke masjid pada hari jum’at, melakukan ibadah sembayang, puasa dan sebagainya. Dalam artian sempit santri merupakan murid yang sedang belajar di pondok pesantren[6]. Pada penelitian yang dilakukan peneliti mengambil subjek kepada santri dalam artian sempit, yaitu murid yang belajar dipondok pesantren Bahrul Ulum Tambakberas.

Menurut Ahmad Tafsir[7] seorang santri harus memiliki sifat yang berakhlakul karimah. Yakni :

- 1) Memiliki kebijaksanaan, sebagai seorang santri harus mampu memaknai hidup, peranan, dan tanggung jawab pada kehidupan di masyarakat.
- 2) Memiliki kebebasan terpimpin, santri memiliki kebebasan berekspresi tetapi harus memiliki batasan yang ditetapkan oleh agama.
- 3) Memiliki kemampuan untuk mengatur diri, santri harus mampu mengatur hidupnya sendiri sesuai dengan perturan yang telah ditetapkan oleh pesantren.
- 4) Menghormati orang tua juga guru, sikap ini telah tertuang dalam kitab suci dan memang sudah menjadi kewajiban seorang murid untuk menghormati orang yang lebih tua dan berilmu.
- 5) Mandiri, mampu hidup diatas kemampuan yang dimiliki. Praktiknya dengan mencuci baju sendiri, membersihkan kamar asrama sendiri, dsb.
- 6) Cinta pada ilmu, santri harus memiliki pandangan bahwa ilmu itu sesuatu yang suci dan tinggi.
- 7) Kesederhanaan, yang dimaksud sederhana ialah sikap hidup dalam memandang sesuatu terutama dalam hal materi untuk digunakan secara wajar dan fungsional.
- 8) Memiliki keimanan yang kuat, penanaman keimanan setiap hari diberikan oleh kyai agar santri memiliki pondasi hidup dan tidak melanggar syariat agama.

### **2.2 Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dalam aktivitas, opini, dan minat. Prinsip gaya hidup yaitu bagaimana seseorang mengelola keuangan dan waktunya. Gaya hidup memiliki pengaruh besar pada

perilaku seseorang yang akhirnya dapat menentukan pola konsumsi seseorang. Seperti pandangan dari Kottler dan Kelller gaya hidup menurutnya merupakan pola hidup yang dijalankan seseorang dan diekspresikan melalui aktifitas dan opini. Gaya hidup akan menunjukkan keseluruhan diri dari seseorang dalam melakukan interaksi dengan lingkungan[8]. Pada dasarnya Gaya Hidup adalah bagaimana kelompok masyarakat menghabiskan waktu dan uang. Ada masyarakat yang suka berfoya-foya dengan kawan, ada yang berbelanja, ada yang menggunakan waktu untuk mendengarkan musik dsb.

### **2.3 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup (*Life Style*) dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan tiap hari dengan menggunakan barang dan jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan dalam menentukan kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut. Armstrong juga menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yakni berasal dari dalam diri individu (internal) dan luar individu (eksternal). Faktor internal gaya hidup yaitu sikap, pengalaman, pengamatan, persepsi, konsep diri, dan motif. Faktor eksternal yaitu kelompok referensi, keluarga, dan kelas sosial[9].

### **2.4 Fashion dan Masyarakat Konsumsi**

Fashion merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat yang menyangkut trend, gaya, dan penampilan. Soekanto mengartikan fashion sebagai mode yang hidupnya tidak panjang, yang berhubungan dengan gaya bahasa, gaya busana, perilaku, dan hobi terhadap model pakaian-pakaian tertentu[10]. Dapat diartikan fashion merupakan kekuatan diri seorang individu untuk mengekspresikan diri melalui busana. Polhemus mengatakan fashion merupakan sinonim dari istilah busana, dandanan dan gaya yang sedang berkembang dan digandrungi dalam masyarakat[11].

Menurut Jean Baudrillard saat ini masyarakat melakukan konsumsi simbolik. Baudrillard mengadopsi pemikiran marxisme tentang hubungan antar objek dan komoditas dengan fokus masyarakat konsumen. Baudrillard mengkritik pemikiran Marx terkait dengan nilai guna. Marx menganggap bahwasanya mengonsumsi barang dan jasa dikarenakan nilai-guna sebagai kebutuhan alamiah. Pada teori Marx, komoditas memiliki dua aspek yaitu *use-value* merupakan kegunaan objek untuk memenuhi kebutuhan dan *exchange value* yang merupakan nilai produk yang berada di pasar. Berbeda dengan Baudrillard yang beranggapan bahwasanya komoditas memiliki dua aspek nilai yaitu *symbolic-value* dan *sign-value*, masyarakat mengonsumsi barang bukan sekedar nilai-guna dan nilai-tukar, namun memiliki nilai-simbol dan tanda[12].

Dari berbagai pendapat yang mempengaruhi pemikirannya. Baudrillard melihat terdapat objek konsumsi sebagai suatu yang memiliki makna dari ekspresi yang ada sebelum komoditas. Baudrillard memberikan arti konsumsi sebagai klasifikasi terhadap objek. Pada masyarakat konsumsi “kebutuhan” diciptakan oleh objek konsumsi. Objek dimaksudkan untuk mengklasifikasi objek itu sendiri, sehingga konsumsi diartikan sebagai tindakan memanipulasi tanda. Fenomena masyarakat konsumsi dapat

dilihat dari komoditas apa yang dikonsumsi, yang mana masyarakat post-modern saat ini lebih mementingkan atau mendahulukan keinginan dari kebutuhan, dan jelas akan mengabaikan fungsi asli dari komoditas tersebut. Misalnya, orang membeli baju, dimana baju merupakan kebutuhan pokok yang harus terpenuhi, membeli baju dengan merek tertentu, memperlihatkan gaya dari baju tersebut dari pada fungsi baju itu sendiri.

Baudrillard memberikan alat bantu baru untuk analisis gagasannya mengenai konsumsi. Baudrillard menunjukan bahwa telah lahir nilai baru, yakni nilai tanda. Dari contoh membeli baju diatas memberikan makna bahwasanya baju merupakan bentuk untuk memenuhi kebutuhan pokok sebagai manusia yang harus dipenuhi, sehingga membeli baju diartikan sebagai nilai guna. Disisi lain baju sebagai bentuk memenuhi kebutuhan pokok, pemilihan merek menunjukan bahwa penggunaan baju telah melebihi fungsi utama yang memberikan nilai tanda bagi penggunaanya. Sehingga perilaku konsumsi yang terjadi saat ini bukan lagi murni dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan didasarkan oleh pilihan-pilihan rasional, namun terdapat sistem budaya dan pemaknaan sosial yang dapat mengarahkan pilihan individu pada pilihan komditi[13]. Dengan teori konsumsi Baudrillard peneliti berharap dapat menjawab nilai utama dari kegiatan konsumsi fashion yang dilakukan santri Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

### **3. Metode Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus. Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tertulis dari hasil wawancara secara mendalam, observasi, dan pengamatan kepada sejumlah informan yang telah ditentukan kriteria sebelumnya. Menurut Bodgan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa lisan ataupun non lisan (tertulis) dari subyek yang diamati[14].

Secara khusus penelitian dilakukan dengan pendekatan studi kasus, pemilihan pendekatan dirasa tepat digunakan untuk melihat bagaimana gaya hidup konsumsi fashion yang dilakukan oleh santri Bahrul Ulum. Menurut Robert K. Yin studi kasus digunakan untuk penjelasan yang berhubungan dengan individu, kelompok, organisasi, program, atau situasi masyarakat yang sedang diteliti, ditelaah dengan sedalam mungkin [15]. Dengan begitu studi kasus memiliki pengertian sebagai suatu penelitian terperinci yang dilakukan kepada individu, unit sosial atau kelompok masyarakat pada kurun waktu yang telah ditentukan.

Subjek dalam penelitian yang akan dilakukan ditentukan dengan teknik purposive sampling. penelitian purposive sampling mengharuskan penentuan kriteria informan yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian[16]. Adapun kriteria dari subyek penelitian yaitu: 1) Santri Bahrul Ulum dengan yang sedang menempuh pendidikan SMP-SMA. 2) Santri Bahrul Ulum dengan usia 15-19 tahun yang berpenampilan fashionabel. 3) Santri Bahrul Ulum yang berperilaku konsumtif pada

produk fashion. Pemilihan kriteria subjek digunakan untuk memudahkan dan memfokuskan penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan data skunder. Pengumpulan data kualitatif biasa dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, berdiskusi dengan teman yang berkaitan dengan tema penelitian[17]. Dalam menggali informasi guna mendapat data primer peneliti ikut nongkrong bersama santri yang sedang beristirahat di kedai kopi juga masuk kedalam pesantren untuk melihat kehidupan santri. Setelah berkenalan, peneliti menerapkan wawancara semi terstruktur dengan tujuan agar dapat mengembangkan pertanyaan. Ketika dalam proses wawancara untuk mengambil data peneliti memunculkan ide baru guna menggali lebih dalam lagi supaya memperoleh data yang luas [18]. Data sekunder dalam penelitian didapatkan dari sumber-sumber lain yang berasal dari buku, jurnal, artikel, laporan, dan *website* terkait dengan santri dan gaya hidup.

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

##### **4.1 Kelompok Santri Bergaya Hidup Fashion**

Tidak semua kelompok santri memiliki gaya hidup konsumtif fashion. Terdapat dua jenis pesantren yang berkembang di Indonesia yaitu pesantren salaf (tradisional) dan pesantren modern. Diantara dua jenis pesantren tersebut memiliki banyak perbedaan yang signifikan dimana pesantren salaf mayoritas berpaut kepada mengkaji kitab kuning dan masih memakai sistem pengajian tradisional wetonan, sorogan, bandongan, kebanyakan tidak terlalu fokus pada pelajaran umum, dalam kegiatan sehari-hari santri diwajibkan menggunakan sarung, sistem penerimaan santri tanpa adanya seleksi. Berbeda dengan pondok pesantren modern dimana pembelajaran tidak berfokus kepada kitab klasik saja akan tetapi juga mempelajari buku-buku literatur dan rujukan terbaru dengan berbahasa arab, tidak ada kewajiban menggunakan sarung yang terpenting rapi dan sesuai dengan peraturan, pesantren modern juga memiliki sekolah formal dibawah naungan Diknas maupun Kemenag mulai tingkat MI/SD MTS/SMP MA/SMA sampai dengan jenjang tertinggi yakni perguruan tinggi. Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang dapat dikatakan sebagai pesantren modern meskipun masih mempelajari beberapa kitab klasik. Alasan kuat yang dapat mengkategorikan pesantren Bahrul Ulum sebagai pesantren modern ialah perkembangan pendidikan formal yang dibangun. Kurangnya kesiapan komoderenan pesantren dapat menyebabkan dampak negatif kepada santri, hal itu juga yang terjadi kepada santri Bahrul Ulum sehingga mereka berperilaku konsumtif pada fashion.

Kelompok santri modern Tambakberas memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif lebih tinggi dari pada santri yang berada dipesantren lain dengan sistem pondok yang masih sangat konservatif dan tradisional. Hal ini tidak lain dikarenakan karena terdapat banyak faktor yang menjadi penyebabnya. Adapun beberapa faktor tersebut ialah : keluarga, lingkungan pertemanan, perkembangan teknologi informasi, lingkungan pesantren.



#### 4.1.1 Faktor Keluarga

Pendidikan seorang anak yang paling utama berasal dari keluarga, karena keluarga berperan besar dalam pembentukan karakter seorang anak bagaimana anak berperilaku dan bertindak dapat dilihat bagaimana orang tua mendidiknya dalam keluarga. orang tua adalah agen sosialisasi pertama sebelum anak bersosial dengan kelompok yang lebih besar yakni masyarakat. Maka tidak mustahil apabila salah satu faktor penyebab santri memiliki perilaku konsumtif kepada barang fashion disebabkan oleh faktor keluarga. Faktor keluarga dengan penghasilan tinggi cenderung memberikan uang saku yang cukup besar, sehingga tidak tercipta gaya hidup hemat dalam diri santri. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

##### **Pekerjaan dan Penghasilan Orang Tua Santri**

Pekerjaan yang dimiliki oleh orang tua santri sangat beragam dengan penghasilan yang berbeda juga besarnya. Banyak santri berasal dari perekonomian menengah ke atas akan tetapi ada juga ada yang berasal dari perekonomian keluarga menengah ke bawah. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 santri, dapat diperoleh data pekerjaan dan penghasilan bulanan orang tua santri. Pekerjaan dan penghasilan orangtua santri sangat bervariasi. penghasilan besar, sedang, kecil. Adapaun pekerjaannya ada yang menjadi anggota dewan, PNS, wiraswasta, hingga buruh tani dengan penghasilan mulai dari 2 juta hingga terbesar 30 juta. Penghasilan yang besar berdampak kepada besaran uang saku yang diberikan kepada anak.

##### **Uang Saku**

Salah satu syarat dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah kepemilikan harta benda sebagai alat tukar jual beli. Untuk mendapatkan uang seseorang harus bekerja terlebih dahulu. Akan tetapi dapat dikecualikan untuk santri, karena masih memiliki kewajiban mencari ilmu. Untuk itu, mereka membutuhkan uang saku dari orang tuanya.

**Tabel 6.1**  
**Uang Saku Santri**

No	Nama	Uang Saku
1	MF	Rp.600.000,-
2	FF	Rp.700.000,-
3	AA	Rp.800.000,-
4	AK	Rp.800.000,-
5	MRD	Rp.500.000,-
6	F	Rp.500.000,-
7	AS	Rp.1.000.000,-
8	MFF	Rp.2.000.000,-
9	MF	Rp.400.000,-
10	MNA	Rp.500.000,-

*Sumber: Hasil Wawancara Santri 2022*

Dari data tersebut dapat dilihat bahwasanya uang saku yang diperoleh santri juga sangat beragam. Ada santri yang mendapatkan uang saku yang cukup besar bahkan bisa dikatakan terlalu

besar untuk seorang santri, ada juga yang sedang, dan cukup, tidak ada santri yang tidak mendapat uang saku dengan nominal kecil bahkan tidak mendapatkan uang saku. Dari uang saku yang diperoleh tersebut setiap santri akan memanfaatkan untuk kegiatan konsumsi, termasuk dalam melakukan konsumsi fashion.

Besaran uang saku yang diterima oleh santri memiliki pengaruh pada besaran uang yang dikeluarkan untuk membeli produk fashion. Santri yang mendapatkan uang saku yang cukup besar cenderung memiliki intensitas belanja tinggi dengan pengeluaran yang banyak, dan sebaliknya santri yang mendapatkan uang saku yang sedang cenderung sedikit dan menghemat dalam pengeluaran.

**Tabel 6.3**

**Intensitas Pembelian Produk Fashion dan Pengeluaran Tiap Bulan**

No	Nama	Intensitas Pembelian Fashion Bulanan	Pengeluaran
1	MF	1	Rp.300.000,-
2	FF	2-3	Rp.200.000-500.000,-
3	AA	1-3	Rp.300.000-600.000,-
4	AK	1-2	Rp.500.000-1.000.000,-
5	MRD	1-2	Rp.200.000,-
6	F	2-3	Rp.250.000-500.000,-
7	AS	2-3	Rp.300.000-500.000,-
8	MFF	2	Rp.500.000-1.000.000,-
9	MF	1	Rp.100.000-150.000,-
10	MNA	1	Rp.100.000-150.000,-

*Sumber: Hasil Wawancara Santri 2022*

#### **4.1.2 Faktor Lingkungan Pertemanan**

Lingkungan pertemanan memberikan pengaruh besar dalam kehidupan santri. Di antara santri memiliki ikatan batin yang kuat, yang dipengaruhi oleh persamaan nasib sebagai seorang perantau juga sebagai teman seusia. Dalam hubungan pertemanan yang kuat tersebut terbentuk nilai, norma, dan simbol tersendiri yang mereka ciptakan. Maka kemudian yang terjadi tingkah laku, sikap, dan minat yang dimiliki santri banyak yang dipengaruhi oleh kelompok pertemanannya. Dalam penelitian yang dilakukan ditemukan bahwasanya ada hubungan kuat antara lingkungan pertemanan dan gaya hidup konsumsi fashion oleh santri. Seperti halnya yang terjadi kepada subjek kedua, bahwa banyak mengetahui merek-merek fashion dari teman. Sebelum masuk pesantren subjek mengaku tidak banyak mengetahui terkait dengan fashion yang bermerek dan memiliki kualitas bagus.

Pertimbangan memiliki penampilan yang sama dengan temanya juga menjadi alasan untuk membeli produk fashion. Dari pengakuan subjek ketujuh bahwasanya dalam lingkungan pertemanannya mayoritas menggunakan barang-barang fashion yang bermerek sehingga membuatnya juga harus membeli yang bermerek. Karena menurut pandangan teman-temannya fashion yang tidak bermerek tentunya memiliki kualitas yang jelek dan modelnya kampung. Dengan begitu subjek mau tidak mau mengikuti gaya berpakaian yang dilakukan oleh temanya agar tidak ada stigma buruk terhadap dirinya.



Mulai dari situ bagi subjek memandang bahwa suatu kewajiban bahwa membeli produk fashion harus bermerek. Kegiatan konsumtif yang dilakukan oleh santri juga dibenarkan oleh beberapa pengajar bahwa dari hasil pengamatannya santrinya saat ini banyak melakukan kegiatan pemborosan. Menurutnya karakter santri disini yakni sangat suka berkelompok saat berpergian keluar lingkungan pondok mereka bersama-sama, membeli makan, jajan, dan membeli baju juga sering bersamaan. Sehingga jelas bahwa lingkungan pertemanan memberikan pengaruh kepada konsumsi fashion santri mulai dari model, merek, bahkan jenis fashion.

#### **4.1.3 Faktor Perkembangan Teknologi Informasi**

Berbelanja merupakan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dalam proses pemenuhan kebutuhan terutama santri dengan segala aktifitas di dalamnya. Kemajuan teknologi dengan hadirnya internet mampu memberikan keringanan dalam melakukan aktifitas belanja. Pada era digital saat ini, aktifitas belanja online adalah alternatif dalam memenuhi segala kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat. Hal inilah yang melatarbelakangi santri tertarik berbelanja online karena memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan berbelanja telah mengalami perubahan besar di era digital dengan memberikan perubahan yang cukup besar dan menimbulkan disrupti. Jika kita melihat kebelakang dulu masyarakat kalau ingin membeli barang harus pergi ke pasar atau tokonya secara langsung akan tetapi, saat ini telah berubah kehadiran onlineshop memberikan kemudahan dalam memenuhi berbagai barang kebutuhan yang diinginkan meskipun barang tersebut jauh dari jangkauan.

Masyarakat modern saat ini tidak dapat dipisahkan dengan dunia internet. Internet tidak hanya sekedar untuk mencari informasi namun juga membantu untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan lain. Termasuk didalamnya kegiatan konsumsi. Lingkungan pondok pesantren bahrul Ulum Tambakberas mencari keberadaan internet bukanla sesuatu yang sulit. Banyak warung internet dan tempat hotspot wifi yang telah disediakan. Tujuan dari penyediaan ini tidak lain untuk memberikan kemudahan santri mencari informasi dalam menyelesaikan tugas sekolah. Kemudahan akses internet yang diberikan kepada santri banyak yang disalgunakan untuk bermain sosial media hingga berbelanja melalui aplikasi belanja (onlineshop). Kegiatan belanja online kini sangat diminati oleh masyarakat terutama santri karena penawaran dan kepraktisan yang diberikan. Sebagaimana penjelasan subjek kelima dan tujuh belanja online memberikan banyak keuntungan bagi dirinya. Seperti menghemat waktu, karena sebagai santri tidak mempunyai banyak waktu untuk keluar pesantren dalam jangka waktu panjang. Menghemat biaya, banyak diskon potongan harga dan gratis ongkir diberikan.

Tidak hanya melalui aplikasi belanja, media sosial saat ini juga dapat digunakan sebagai tempat untuk melakukan transaksi jual beli. Seperti yang dilakukan oleh subjek kesepuluh, subjek memilih Facebook sebagai tempat untuk mencari produk fashion yang diinginkan. Menurutnya banyak keuntungan yang diberikan, tidak kalah dengan berbelanja melalui aplikasi belanja. Keuntungan yang

didapatkan antara lain bisa langsung melihat barang tersebut dengan sistem COD apabila barang tidak sesuai gambar bisa membatalkan pesanan secara langsung, bisa melakukan tawar menawar secara langsung dengan penjual, dan dapat memperoleh barang second dengan kondisi masih bagus.

Meskipun berbelanja fashion online baik melalui aplikasi belanja atau media sosial memberikan banyak keuntungan. Namun ada beberapa santri yang menjadikan kegiatan berbelanja online menjadi pilihan kedua bahkan enggan melakukan kegiatan belanja online. Sebagaimana yang dilakukan oleh subjek keenam dan delapan. Subjek keenam mengatakan bahwa kegiatan belanja online menjadi pilihan kedua apabila produk fashion yang diinginkan tidak ada di tokoh terdekat. Sedangkan subjek kedelapan alasan yang mendasari subjek keenam dan delapan memilih tetap berbelanja fashion secara konvensional dengan mendatangi tokoh tersebut adalah agar dapat mencoba pilihan barang yang akan dibeli, apakah barang tersebut ukurannya pas atau tidak, kemudian bisa melihat secara langsung kualitas, dan tentu yang yang terpenting baginya yakni bisa langsung menggunakan barang tersebut tanpa menunggu pengiriman barang seperti berbelanja online. Dengan begitu dapat dilihat bahwasanya perkembangan media informasi memberikan dampak cukup besar kepada santri untuk melakukan kegiatan konsumsi fashion. Meskipun tidak semua santri memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan kegiatan konsumsi fashion.

#### **4.1.4 Lingkungan Pesantren**

Lingkungan pesantren sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumtif santri. Lingkungan yang positif membentuk santri berperilaku positif, begitupun sebaliknya lingkungan negatif juga dapat mempengaruhi santri berperilaku negatif. Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang merupakan terbesar yang berada di Jawa Timur, Pesantren Bahrul Ulum berkembang menuju sistem Modern dengan memberikan berbagai bentuk pendidikan dan fasilitas yang dapat menjadikan santri lebih berkembang. Lingkungan pesantren yang bebas pedagang, baik pedagang kebutuhan harian atau pedagang pakaian mampu membentuk santri untuk memiliki perilaku konsumtif.

Secara letak geografis Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas sangat mendukung kegiatan konsumtif santri. Dimana Pesantren ini terletak tidak jauh dari pusat pemerintahan Kabupaten Jombang. Untuk sampai ke pusat pemerintahan kabupaten Jombang santri hanya membutuhkan kurang lebih 10 menit yang dapat diakses dengan berbagai kendaraan. Tidak hanya berada di pusat Kabupaten Jombang santri dapat memperoleh barang yang diinginkan. Didalam lingkungan pesantren juga berjejer banyak pedagang kaki lima dan toko yang menyediakan berbagai macam kebutuhan makanan, minuman, dan juga banyak berdiri tokoh baju beserta aksesorisnya. Bahkan berdiri beberapa kedai coffe yang cukup besar. Selain itu pesantren dengan banyak sekolah formal ini juga menyediakan akses internet kepada santrinya yang dapat digunakan dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

## 4.2 Konsumsi Jenis Fashion

Seperti halnya masyarakat pada umumnya, santri juga membutuhkan sandang (pakaian) untuk menjalankan kehidupan sehari-hari. Sebagai manusia sudah menjadi hal yang wajar apabila memiliki ketertarikan pada sesuatu. Tidak hanya pada bidang pekerjaan, akan tetapi juga pada gaya hidup yang mempengaruhi pola hidup seseorang. Bleckwell dalam [19], menjelaskan bahwasanya minat mengacu kepada tingkat kegairahan dan disertai dengan perhatian khusus secara terus-menerus pada objek tersebut. yang berarti manusia akan memberikan perhatian lebih kepada segala hal yang sedang disukainya. Setelah dilakukan observasi dan wawancara didapatkan bahwasanya santri menyukai berbelanja fashion. Berbagai jenis produk fashion yang digunakan oleh santri berhubungan dengan hobi yang dimiliki, kebutuhan untuk nongkrong, dan perlengkapan pendidikan baik sekolah maupun mondok. Selain itu, merek menjadi pertimbangan mereka untuk memutuskan membeli barang tersebut, semakin terkenal merek maka semakin tinggi pula keinginan untuk membeli produk tersebut. Adapun jenis-jenis barang fashion yang dimiliki oleh informan diantaranya adalah sepatu, tas, hoodie, topi, jam tangan, baju, hem, dsb.

**Tabel 6.5**  
**Koleksi Jenis dan Merek Fashion**

No	Nama	Produk Fashion
1	MF	Jam tangan G-Shock
2	FF	Kemeja H&M, kemeja Uniqlo
3	AA	Sepatu Compass, Puma, sepatu Convers, Vans
4	AK	Jam tangan Casio, jam tangan G-Shock
5	MRD	T-Shir Maternal
6	F	Sepatu (tidak bergantung merek), hodie
7	AS	Sepatu Compass
8	MFF	Jam tangan Rolex, G-Shock, Vans, Compass, Converse, hoodie 3Scond, topi Eiger
9	MF	Jaket dan sepatu Eiger
10	MNA	Sepatu dan jam tangan

*Sumber: Hasil Wawancara Santri 2022*

## 4.3 Nilai Utama Kelompok Santri Pondok Pesantren Bahrul Ulum dalam Mengonsumsi Fashion

Perilaku santri saat ini telah banyak mengalami perubahan, menuju perilaku konsumtif. Telah terjadi pergeseran orientasi pembelian yang awalnya kebutuhan hidup menjadi gaya hidup. Dalam era modern saat ini budaya konsumsi telah menjadi gaya hidup yang dilakukan oleh masyarakat. Pola konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat telah terjadi pergeseran pada komoditas yang diinginkan. Dapat diumpamakan dengan perkataan (seseorang *butuh* sudah pasti *ingin*, namun orang yang *ingin* belum tentu *butuh*). Keinginan inilah yang memberikan dorongan kepada perilaku konsumtif karena terdapat nilai tanda yang akan dituju, sehingga kegiatan konsumsi yang dilakukan tidak sesuai dengan fungsi komoditas aslinya.

Dalam penelitian ini menggunakan teori Jean Baudrillard yang menjelaskan tentang masyarakat konsumsi, Baudrillard memberikan pendapat bahwasanya yang dikonsumsi oleh masyarakat saat ini bukan lagi kegunaan dari produk tersebut melainkan ada citra atau tanda yang ingin disampaikan dari pembelian produk tersebut, perilaku konsumsi yang terjadi saat ini bukan lagi murni dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan didasarkan oleh pilihan-pilihan rasional, namun terdapat sistem budaya dan pemaknaan sosial yang dapat mengarahkan pilihan individu pada pilihan komoditi [13]. Dapat dikatakan saat ini konsumen melakukan kegiatan konsumsi pada suatu objek bukan didasari karena kebutuhan, akan tetapi ingin mendapatkan status sosial tertentu dari nilai tanda objek konsumsi.

Dalam menjelaskan nilai utama konsumsi fashion yang dilakukan oleh santri, peneliti membagi menjadi tiga kelas sosial berdasarkan keadaan ekonomi yang dimiliki. Sebagaimana Peter L. Berger mendefinisikan konsep kelas sebagai posisi seseorang di dalam masyarakat berdasarkan dengan kriteria ekonomi. Semakin tinggi perekonomian seseorang maka semakin tinggi juga kedudukannya, bagi mereka yang memiliki perekonomian bagus akan menduduki kelas sosial bagian atas, begitupun sebaliknya mereka yang memiliki perekonomian yang cukup atau bahkan kurang, menduduki kelas sosial menengah dan bawah. Pada penelitian yang dilakukan kepada 10 santri, ditemukan 4 santri dengan status sosial kelas atas, 3 santri kelas sosial menengah, 3 santri kelas bawah. Konsumsi fashion yang dilakukan oleh santri Bahrul Ulum memiliki alasan dan tujuan berbeda-beda yang tidak terlepas dari status sosial ekonomi yang dimilikinya.

### **Santri Kelas Sosial Atas**

Keadaan sosial ekonomi yang baik mempermudah santri kelas atas mendapatkan produk fashion yang diinginkan. Alasan atau nilai utama yang dilakukan setiap individu pada kelas sosial atas dalam melakukan konsumsi fashion karena telah menjadi kebiasaan yang sudah dilakukan dalam keluarga, ada juga yang hanya ingin mengikuti perkembangan fashion, dan juga ingin memperlihatkan status sosial yang dimiliki. Sebagaimana yang dilakukan oleh subjek ketiga. Kegiatan berbelanja fashion merupakan kebiasaan rutin yang dilakukan didalam keluarganya. Baginya berbelanja produk fashion bermerek bukan sesuatu yang perlu dibanggakan karena memang tujuan utamanya mencari kualitas dan kenyamanan dari produk tersebut. Hal ini juga sudah sudah ditanamkan sejak dini oleh orang tua bahwasanya membeli produk fashion itu membeli yang bermerek saja karena sudah jelas-jelas memiliki kualitas bagus dan subjek juga percaya bahwa fashion dengan bermerek yang memiliki harga tinggi tentunya memiliki kualitas yang baik.

Pada subjek keempat dan tujuh nilai utama dari kegiatan konsumsi fashion untuk mengikuti perkembangan zaman (trend). Dunia fashion terus mengalami perubahan yang semakin membaik dari segi model, bahan, dan tentunya kualitas. Subjek keempat sebagai seseorang yang lahir di kota besar Bekasi, sebuah daerah yang sangat dekat dengan pusat Ibu Kota Indonesia dunia fashion tentu akan memberikan dampak dalam memilih produk fashion. Banyak yang menganggap bahwasanya kiblat

fashion dari masyarakat di desa adalah orang-orang Ibu Kota. Maka dari itu subjek sebelum masuk pesantren sudah lebih dulu mengetahui banyak tentang fashion yang saat ini berkembang dan banyak disukai oleh remaja. Fashion bagi subjek juga merupakan aksesoris yang dapat memberikan penampilan lebih menarik dan berdampak pada percaya diri saat tampil didepan umum. Sedangkan subjek ketujuh membeli produk fashion mengikuti trend yang berkembang agar tidak dikatakan kampungan dan tidak gaul oleh teman bermainnya.

Subjek kedelapan melakukan kegiatan konsumsi fashion memiliki nilai utama sebagai cara untuk memperlihatkan status ekonomi yang dimiliki. Sebagai anak yang terlahir dari kalangan sosial ekonomi atas membeli produk fashion bermerek bukan sesuatu yang perlu dibanggakan, karena hal tersebut tentu sudah menjadi kewajiban. Akan tetapi saat memasuki pergaulan yang lebih besar didalam pesantren sebagai remaja pasti memiliki keinginan untuk diakui, diterima, dan dipuji. Hal ini juga dilakukan subjek, yang mana saat ia menjelaskan bahwa membeli produk fashion yang mahal dan bermerek saat ini sangat penting untuk dilakukan agar teman-temannya mengetahui bahwa dia orang kaya, dengan begitu temanya lebih menghormatinya, lebih menghargai, dan tentunya mendapat pujian.

### **Santri Kelas Sosial Menengah**

Nilai utama dari santri kelas sosial menengah dalam melakukan kegiatan konsumsi fashion ialah sebagai alat yang digunakan untuk menaikkan status sosial yang dimiliki. Dengan mengkonsumsi barang konsumsi yang cukup mahal dan terkenal maka secara tidak langsung mereka akan mendapatkan pengakuan dari santri lain bahwasanya dirinya merupakan santri dari keluarga orang kaya. Menurut hasil temuan data ditemukan rata-rata santri kelas sosial menengah merasa senang membeli fashion bermerek hanya karena mengikuti trend, ingin menjadi pusat perhatian, ingin terlihat menarik, keren, mendapatkan pengakuan dari kelompok pertemanannya, serta menambah kepercayaan diri. Hal ini jelas bahwa membeli produk fashion sudah bukan lagi digunakan sesuai dengan fungsi asli, namun ada nilai tanda yang ingin dicapai yakni menjadi masyarakat kelas sosial atas. Sebagaimana yang dilakukan oleh subjek penelitian pertama. Kegiatan konsumsi yang dilakukan memiliki tujuan sebagai media untuk memberikan kepercayaan diri saat bergaul dengan teman-temannya karena merasa keren dan juga ingin mengikuti perkembangan dunia fashion agar tidak dianggap kuno. Cara yang dilakukan oleh subjek yakni membeli barang yang sedang trend saat ini salah satunya jam tangan dengan merek G-Shock. Dengan begitu maka nilai tanda sebagai santri yang berasal dari orang kaya melekat pada dirinya. Begitu juga yang dilakukan subjek kedua kegiatan konsumsi fashion yang dilakukan oleh subjek kedua yakni agar menjadi pusat perhatian dari santri lain. Menurutya fashion saat ini merupakan sesuatu yang penting untuk rutin dibeli. Setelah menggunakan fashion yang diinginkan subjek merasa bahwa dirinya puas karena dapat berbeda dengan santri lain dan menjadi pusat perhatian.

Tidak jauh berbeda, subjek kelima menganggap bahwasanya kegiatan konsumsi fashion yang dilakukan tidak lain karena mempunyai keinginan untuk berpenampilan menarik dan diterima dalam

lingkungan pertemanan. Menurutnya fashion saat ini merupakan atribut yang sangat penting untuk menunjang penampilan agar terlihat keren. Selain itu baginya sebagai santri yang hidup dengan banyak orang dan telah memasuki usia remaja memang selayaknya berpenampilan fashionable agar saat bergaul dengan teman-teman lain tidak merasa dirinya orang yang katrok dan tidak faham dengan fashion saat ini.

### **Santri Kelas Sosial Bawah**

Sama halnya yang dilakukan oleh santri kelas sosial menengah, santri kelas sosial bawah melakukan kegiatan konsumsi atas dasar untuk mendapatkan nilai-nilai yang didapatkan oleh santri kelas atas. Adapun nilai-nilai yang diinginkan oleh santri kelas sosial bawah dengan melakukan konsumsi fashion bermerek ialah agar terlihat memiliki gaya hidup mewah, terlihat keren, menaikan status sosial yang dimiliki, dan juga menyalurkan hobi. Untuk itu berbagai cara dilakukannya seperti membeli produk fashion yang sedang trend, melihat artis favorit sebagai referensi berbusana, dan juga membeli produk fashion bekas bermerek (second brand). Sebagaimana yang dijelaskan oleh subjek keenam. Kegiatan konsumsi fashion yang dilakukan memiliki tujuan utama agar terlihat keren dan memiliki status sosial tinggi. Lingkungan pertemanan yang memiliki kehidupan serba mewah memberikan dampak kepada dirinya untuk berperilaku konsumtif pada fashion. Saat bergaul dengan teman-temannya tersebut ia menganggap bahwasanya penampilan teman-temannya tersebut sangat ideal dengan perkembangan zaman saat ini. Mulai dari saat itu subjek rutin membeli beberapa produk fashion khususnya sepatu dan hoodie. Kepemilikan beberapa model dan merek sepatu ditujukan agar dapat bergonta-ganti saat menghadiri acara. Dengan mampu mengikuti dan memiliki trend fashion yang berkembang saat ini subjek meyakini bahwasanya hal tersebut dapat menaikan status sosial yang dimiliki dihadapan teman-temannya.

Begitu juga yang dilakukan subjek kesembilan. Subjek melakukan kegiatan konsumsi fashion agar terlihat keren dan memiliki status sosial tinggi. Namun, bedanya subjek kesembilan melakukan kegiatan konsumsi fashion juga sebagai alat yang digunakan untuk mensupport hobi yang dimiliki yakni mendaki gunung. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh subjek dapat dikatakan agar mendapatkan nilai sebagai santri kelas tinggi, terlihat dari pilihan merek yang dibeli. Subjek hanya ingin membeli produk fashion atau peralatan mendaki dengan merek eiger saja. Untuk mendapatkan barang konsumsi yang diinginkan dengan uang pas-pasan subjek membeli barang bekas (thrifting) yang masih sangat layak pakai dan keadaan 80-90% dari barunya. Dengan begitu ia terlihat memiliki gaya hidup mewah dan keren karena mampu membeli pakaian-pakaian bermerek.

Subjek kesepuluh melakukan konsumsi memiliki tujuan yang sama dengan santri sebelumnya yakni menginginkan terlihat seperti santri yang berasal dari kalangan kelas atas dan hanya ikut-ikutan teman. Hal ini terlihat bahwa kegiatan konsumsi fashion yang dilakukan oleh subjek diawali dari pengaruh teman-temannya yang memiliki penampilan keren dengan produk fashion yang digunakan,



baik produk fashion brand lokal atau brand impor. Setelah berteman dengan banyak orang, subjek dikenalkan pada berbagai merek fashion yang menjadikan dirinya tertarik. Tidak hanya memperkenalkan brand, temanya tersebut juga memberitahukan cara mendapatkan fashion bermerek dengan harga murah yakni dengan membeli bekas (thrifting) melalui marketplace di Facebook. Setelah mendapatkan dan menggunakan produk fashion yang diinginkan subjek merasa pede dalam bergaul dengan santri yang fashionable, karena sudah merasa sejajar diantara mereka. Meskipun produk yang digunakan terbilang bekas namun tidak semua santri mengetahuinya, sehingga nilai-nilai yang diinginkan tercapai.

Santri sebagai seseorang yang memasuki usia remaja, tentunya akan selalu memperhatikan penampilan. Hal inilah yang kemudian menyebabkan mereka untuk merubah penampilan dengan penggunaan barang fashion bermerek yang dimiliki. Selain itu juga rasa gengsi memberikan dorongan kepada mereka untuk membeli barang barang mewah dikarenakan dalam berteman terkadang tumbuh rasa tidak percaya diri dalam diri mereka, tetapi saat mereka telah memiliki barang yang diinginkan yang minimal sama dengan temanya bahkan lebih baik mereknya dapat memberikan kepercayaan diri dalam berpenampilan.

Pada dasarnya pakaian memiliki fungsi utama sebagai penutup dan pelindung tubuh, akan tetapi saat ini pakian tidak lagi dilihat hanya sebagai kebutuhan dasar oleh santri. Menurut sebagian santri Bahrul Ulum berpakaian dan penggunaan aksesoris tertentu merupakan sebuah fashion yang dapat mengirimkan pesan kepada sesama teman, komunitas, dan kelompok yang menjadi bagian dari kehidupan sosialnya. Penggunaan fashion dapat memberikan penanda identitas tertentu, yang mana dengan menggunakan barang tersebut individu akan berbeda dengan orang lain.

Cara yang dilakukan oleh informan untuk membedakan fashion yang digunakan dengan orang lain yaitu melalui merek. Santri tidak hanya sekedar membeli pakaian, jam tangan, sepatu, tas saja, namun juga merek. Penggunaan merek tertentu akan menjadi kebanggaan kepada diri, dengan menggunakan merek tersebut akan memberikan perasaan lebih. Melalui merek-merek terkenal dengan harga yang cukup mahal dapat memberikan kepercayaan diri santri. selain itu juga mereka beranggapan bahwasanya dengan harga yang mahal tentulah barang yang didapatkan memiliki kualitas yang bagus. Sehingga penggunaan sebuah pakian bukan lagi berfungsi sebagai penutup tubuh saja akan tetapi dapat meningkatkan status sosial dirinya dalam lingkungan.

Penggunaan produk-produk bermerek saat ini seakan-akan menjadi kebutuhan primer yang harus tercukupi. Menjadi sangat miris memang dimana jika melihat kenyataan bahwasanya merekalah yang menciptakan nilai-nilai kepada objek, yang kemudian mereka terlena dengan kepemilikan kepada objek tersebut karena nilai yang melekat pada objek. Dimana nilai tersebut adalah hasil konstruksi yang mereka cipakan sendiri. Nilai yang dikonstruksikan pada akhirnya mengikis fungsi asli dari objek yang dikonsumsi.

Gaya hidup yang dilakukan oleh santri ini bisa dikatakan lebih mengedepankan keinginan memenuhi hasrat dari pada kebutuhan. Sebenarnya apa yang dibeli berdasarkan hasrat bukan berarti tidak memiliki fungsi. Namun dibandingkan dengan pembelian objek tersebut, masih banyak kebutuhan yang menjadi prioritas untuk terpenuhi. Konsumsi produk fashion yang dilakukan oleh santri bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih kepada memenuhi gengsi, gaya, dan prestige.

Pada akhirnya seorang individu akan terus melakukan kegiatan konsumsi pada barang-barang yang dianggap dapat menaikkan status sosial dirinya, tanpa melihat barang yang dibeli memang menjadi kebutuhan atau tidak. Dengan begitu Sehingga dikatakan kegiatan konsumsi yang dilakukan bukan karena kebutuhan, namun untuk mendapatkan status sosial dari nilai tanda yang melekat pada barang. Dari penjelasan yang diberikan oleh informan didapatkan nilai utama dari konsumsi produk fashion sebagai berikut :

**Tabel 6.6**  
**Nilai Utama Santri Konsumsi Fashion**

No	Nama	Nilai Utama
1	MF	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Menambah kepercayaan diri</li><li>➤ Mengikuti trend</li><li>➤ Terlihat keren</li></ul>
2	FF	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ingin menjadi pusat perhatian</li></ul>
3	AA	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kebiasaan keluarga</li></ul>
4	AK	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mengikuti trend</li><li>➤ Menambah kepercayaan diri</li></ul>
5	MRD	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Agar diterima dalam lingkungan pertemanan</li><li>➤ Terlihat menarik</li></ul>
6	F	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ingin terlihat keren</li><li>➤ Menaikan status sosial</li></ul>
7	AS	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mengikuti trend</li></ul>
8	MFF	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Menunjukan status sosial</li></ul>
9	MF	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ingin terlihat keren</li><li>➤ Menaikan status sosial</li><li>➤ Menyesuaikan dengan hobi</li></ul>
10	MNA	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ingin terlihat punya gaya hidup mewah</li><li>➤ Ikut-ikutan teman</li></ul>

*Sumber : Hasil Wawancara Santri 2022*

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian gaya hidup konsumsi fashion oleh santri Bahrul Ulum Tambak Beras Jombang, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

Kelompok santri bergaya hidup konsumsi fashion disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi. Adapun faktor tersebut adalah faktor ekonomi, penghasilan orang tua dengan ekonomi tinggi berpengaruh kepada besaran uang saku yang diterima oleh santri sehingga berpengaruh juga kepada banyaknya konsumsi fashion yang dilakukan. Faktor lingkungan pertemanan, faktor lingkungan memberikan pengaruh terhadap keputusan membeli produk

fashion dan merek apa yang akan dibeli, bergaul dengan teman yang memiliki pilihan dan selera fashion yang tinggi maka yang akan terjadi mereka juga harus mengikuti apa yang digunakan temanya agar tidak dikatakan tertinggal zaman dan ndeso. Faktor perkembangan teknologi informasi, berkembangnya teknologi informasi mempermudah santri untuk mendapatkan produk fashion yang diinginkan dengan mudah. Selain itu, berbagai keuntungan juga diperoleh santri dengan berbelanja online antara lain menjangkau barang yang jauh, diskon, dan menghemat waktu. Meskipun begitu masih terdapat juga santri yang melakukan belanja secara konvensional dengan mendatangi secara langsung swalayan dan tokoh penjual produk fashion yang diinginkan. Hal ini disebabkan karena masih terdapat santri yang belum sepenuhnya percaya dengan kualitas barang yang diperjual belikan juga memiliki keinginan untuk mendapatkan barang secara cepat tanpa menunggu waktu pengiriman. Terakhir adalah faktor lingkungan pesantren, kemudahan mendapatkan komoditas yang diinginkan santri disekitar pesantren menjadikan santri lebih konsumtif. Berbagai jenis fashion yang dibeli oleh santri berhubungan dengan kegiatan sekolah, kegiatan pondok, hobi yang dimiliki serta kebutuhan untuk nongkrong dan berpergian. Seperti, sepatu, jaket, tas, jam tangan, t-shirt(baju), topi, dan kemeja.

Nilai utama dari konsumsi fashion yang dilakukan oleh santri memiliki perbedaan, tergantung dengan status sosial ekonomi yang dimiliki. Santri kelas ekonomi atas dalam melakukan konsumsi fashion memiliki nilai bahwasanya konsumsi fashion bermerek yang dilakukan telah menjadi kebiasaan didalam keluarga, keinginan mengikuti trend fashion yang berkembang, dan ada juga yang ingin menunjukkan status sosialnya. Santri kelas sosial menengah dan bawah cenderung sama yakni menginginkan menaikkan status sosial yang dimiliki.

Telah terjadi pergeseran dimana santri menggunakan fashion bukan lagi karena kegunaan dari barang tersebut yaitu sebagai penutup dan pelindung tubuh akan tetapi sebagai sebuah gaya hidup. Hal inilah yang kemudian menjadikan santri berlomba-lomba untuk merubah penampilan berbusana agar lebih keren, menarik, fashionable, sehingga tercipta bahwa gaya hidup yang dimiliki mewah karena dapat membeli barang-barang yang bermerek dan sedang trend. Kegiatan membeli produk fashion tidak lagi didasarkan karena kebutuhan atas “nilai guna” akan tetapi “nilai tanda” dengan tujuan pembentukan identitas sosial agar terlihat bahwa dirinya berasal dari kelas sosial menengah keatas. Maka dapat dikatakan bahwa penggunaan fashion yang dilakukan santri berfungsi sebagai alat untuk menaikkan status sosial.

#### **Daftar Pustaka :**

- [1] E. Dashboard, “Data Lembaga Pondok Pesantren Tahun 2021 Jombang, Provinsi Jawa Timur,” *Emish Dashboard*, 2021.
- [2] T. P. K. P. dan P. Bahasa, *KBBI*. Jakarta: Balai Pustaka, 1986.

- [3] R. Nasir, *Mencari Tipologi Format Pendidikan Ideal Pondok Pesantren Ditengah Arus Perubahan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- [4] Tambakberas.com, “Profil Pondok Pesantren Bahrul Ulum,” *Tambakberas.com*, 2021.
- [5] Y. Wibisono, “80 Persen Santri Tambakberas Jombang Sudah Divaksin,” *beritajatim.com*, Sep. 2021.
- [6] C. Geertz, *The Religion of Java*. London: The University of Chicago Press, 1960.
- [7] A. Tafsir, *Ilmu Pendidikan Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- [8] K. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [9] Nugraheni, “Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal,” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2003.
- [10] S. Sukanto, *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo, 2014.
- [11] Barnard, *Fashion Sebagai Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, dan Kelas Gender*. Yogyakarta: Jalsutra, 2016.
- [12] M. H. Pawanti, *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard*. FEB UI, 2013.
- [13] J. Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- [14] L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karja, 1994.
- [15] Mudzakir, *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo, 2008.
- [16] P. Mochamad Yoga, “Bola Leungeun Seuneu (Boles) Sebagai Kearifan Budaya Lokal Sebuah Alternatif Pengayaan Pendidikan Jasmani Universitas Pendidikan Indonesia,” 2012.
- [17] J. W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, kuantitatif dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- [18] I. N. Rachmawati, “Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara,” *J. Keperawatan Indones.*, vol. 11, no. 1, pp. 35–40, 2007, doi: 10.7454/jki.v11i1.184.
- [19] D. Aresa, “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Repurchase Intention (Studi 7 Eleven Tebet),” Universitas Indonesia, 2012.