

**ANALISIS MASHLAHAH PADA TREN PEMENUHAN *SELF ESTEEM* DENGAN PEMBELIAN BUKET OLEH MAHASISWA UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

Ayyu Ainin Mustafidah<sup>1</sup>, Qurrota A'yun<sup>2</sup>

Email: [ayyuaininmustafidah@gmail.com](mailto:ayyuaininmustafidah@gmail.com)<sup>1</sup>, [qurrotulayun30599@gmail.com](mailto:qurrotulayun30599@gmail.com)<sup>2</sup>,

UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember<sup>1,2</sup>

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tren pemenuhan self esteem dan analisis mashlahah pada tren pemenuhan self esteem dengan pembelian buket oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam pemenuhan self esteem mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan memberikan buket kepada salah satu teman telah melaksanakan sidang proposal maupun sidang skripsi. Tindakan pembelian buket dapat dikatakan masalah karena terdapat manfaat dan tidak mendapatkan kemadharatan. Bentuk kemanfaat yang diperoleh berupa manfaat material, fisik dan psikis, intelektual, lingkungan serta kemanfaatan jangka panjang.

**Kata kunci:** Mashlahah, Self Esteem, Pembelian

**Abstract:** This study aims to describe the trend of fulfilling self-esteem and mashlahah analysis on the trend of fulfilling self-esteem by buying a bouquet by UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember students. this study is qualitative research. In fulfilling the self-esteem of UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember's students by giving a bouquet to one of his friends who had held a proposal trial or a thesis session. The act of buying a bouquet is considered mashlahah because there are benefits and no harm. The benefits obtained are in the form of material, physical and psychological, intellectual, environmental benefits, and long-term benefits.

**Keywords:** Mashlahah, Self Esteem, buying

## PENDAHULUAN

Segala sesuatu yang ada di bumi ini diwujudkan tuhan sebagai kepentingan pemenuhan kebutuhan yang dimiliki oleh semua insan, dengan itu manusia dikomandokan untuk mengkonsumsi barang atau jasa mana kala hal itu dapat mendatangkan mashlahah atau tidak mewujudkan kerugian (*mudlharat*) (Havis Aravik, 2016:117). Mashlahah merupakan suatu permasalahan atau kebaikan, kemanfaatan (Muhsin, 2006: 9). Mashlahah dalam kajian ekonomi menjadi tolak ukur seorang muslim dalam kegiatan konsumsi. Bentuk mashlahah yang didapatkan oleh seorang konsumen yakni terdapat manfaat yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri atau kemanfaatan yang bisa dirasakan oleh golongan selain dirinya sendiri (orang lain).

Setiap individu tentunya memiliki kebutuhan yang tidak sama, perbedaan kebutuhan ini dilatar belakangi oleh beberapa faktor. Setiap kebutuhan membutuhkan tindakan pemenuhan, tindakan pemenuhannya tidak lain adalah barang dan jasa. Pemenuhan pada masing-masing kebutuhan bertujuan demi tercapainya kepuasan rohani maupun jasmani. Seseorang yang dapat memenuhi kebutuhannya dapat dikatakan bahwa kehidupannya sejahtera.

Dalam proses pemenuhan kebutuhan seseorang tidak bisa terlepas dari kegiatan konsumsi. Konsumsi merupakan segala tindakan dalam menghabiskan fungsi suatu produk barang atau jasa yang diciptakan oleh produsen, konsumsi juga memiliki artian semua kegiatan dalam menuntaskan atau memotong nilai guna barang dan jasa untuk terpenuhinya kebutuhan dalam kehidupan. Konsumsi meliputi kepentingan, kesukaan, dan kemegahan (Havis Aravik, 2016:115).

Kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow bersifat berjenjang, artinya jika seseorang mampu memenuhi kebutuhan pada tingkatan yang paling rendah maka akan menimbulkan keinginan untuk memenuhi kebutuhan pada tingkat yang lebih tinggi, dan ini akan berulang sampai pada tingkat kebutuhan tertinggi (kebutuhan pada tingkat ke lima) (Nana Triapnita Nainggolan et.al, 2020:6). Adapun tingkatan kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow dari tingkatan rendah hingga tingkatan tinggi yakni *physiological needs* (kebutuhan fisiologis), *safety needs* (kebutuhan akan rasa aman), *social needs* (kebutuhan sosial), *self-esteem needs* (kebutuhan penghargaan), *self-actualization needs* (kebutuhan akulturasi diri).

*Self Esteem* memiliki arti harga diri. Sedangkan *self esteem needs* merupakan kebutuhan akan penilaian yang tegas dan kebutuhan rasa dihormati serta dihargai oleh individu lain atas tindakan yang telah dicapai (Maslow, 1984: 50). Di dalam kehidupannya seseorang ingin diakui, dihargai, dan dinilai pada segala tindakan yang dilakukannya. Pemenuhan akan kebutuhan *self esteem* dapat berbentuk mendapatkan hadiah dari orang lain dan juga bisa berbentuk mendapatkan pujian atas prestasi atau tindakan positif yang telah dicapainya. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tentang analisis masalah pada tren pemenuhan *self esteem* yang terjadi di kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan adanya pembelian buket bunga, dengan fokus penelitian bagaimana tren pemenuhan *Self Esteem* yang dilakukan oleh mahasiswa dan bagaimana analisis masalahnya.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan pada penelitian ini termasuk pada pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki definisi suatu jenis penelitian yang dapat menciptakan sebuah temuan yang tidak bisa dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kehidupan masyarakat, sejarah,

tingkah laku, fungsional organisasi, gerakan sosial atau hubungan kekerabatan (Eko Mardiyanto, 2020: 19). Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif, di mana dalam penelitian ini, peneliti mengamati problem yang terjadi tentang tata cara, aktivitas masyarakat dan adanya akibat dari sebuah fenomena. Penelitian ini akan mendeskripsikan tentang analisis masalah pada tren pemenuhan *self esteem* dengan pembelian buket oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Lokasi penelitian berada di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang terletak di Jl. Mataram No. 01. Mangli Kaliwates Jember sebagai lokasi penelitian. Penentuan subyek penelitian menggunakan teknik *purposive*, teknik *purposive* adalah teknik di mana peneliti akan memberikan suatu pertimbangan/batasan tertentu terhadap seseorang yang akan dijadikan subyek penelitian (Sugiono, 2016:85). Dalam pemilihan subyek penelitian peneliti telah menentukan kriteria sebelumnya, adapun kriteria yang peneliti tetapkan yakni Merupakan mahasiswa aktif UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Pernah melakukan pembelian buket dan buket tersebut diberikan kepada individu lain (membeli buket untuk dijadikan sebuah hadiah), Pernah menerima hadiah buket pada saat sidang seminar proposal/sidang skripsi, Pernah memberikan hadiah buket pada saat salah satu temannya telah berhasil

menyelesaikan seminar proposal/sidang skripsi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara yang menggunakan bentuk wawancara semi terstruktur dan dokumentasi untuk mendapatkan data lapangan.

## PEMBAHASAN

### Teori Maslahah

Mashlahah dalam bahasa Arab memiliki arti kegiatan yang dapat menimbulkan kebaikan bagi manusia. Dalam artian yang luas yaitu segala hal yang memberikan dampak manfaat pada manusia, seperti menghasilkan profit/ketentraman, serta menolak adanya kemudharatan/kefasikan. Sehingga mashlahah berarti segala sesuatu yang mengandung kemanfaatan (Moh. Mufid, 2016; 117).

Mashlahah merupakan bentuk kebaikan yang berdimensi duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual serta individual dan kolektif dan juga harus memenuhi tiga unsur yakni halal, bermanfaat dan juga mengandung kebaikan (*thoyyib*) dalam segala aspek secara menyeluruh sehingga tidak memunculkan kerugian (Ahmad Ifham, 2010: 498).

Mashlahah merupakan segala perilaku yang memuat nilai (manfaat) yang baik, dan melindungi tujuan

syariah, yaitu menghindari mudaharat dan menuju kemaslahatan.

Pembagian mashlahah secara umum terurai menjadi tiga jenis, yakni *mashlahah al-mu'tabarah*, *mashlahah al-mulghah* dan *mashlahah al-mursalah* (Ika, 2018:51).

### Konsep Mashlahah Dalam Konsumsi

Dalam hal konsumsi seorang konsumen akan lebih mengambil barang dan jasa yang dapat menghasilkan mashlahah maksimum, hal ini selaras dengan rasionalitas islami yang menyatakan bahwasanya masing-masing pelaku ekonomi selalu mengembangkan mashlahah yang diperolehnya. Mashlahah sendiri memiliki dua kandungan yakni manfaat dan berkah, sehingga dalam tindakannya seorang konsumen akan memantau manfaat dan berkah yang akan didapatkan dari kegiatan konsumsi yang dilakukan (P3EI, 2013: 129).

Bentuk mashlahah yang didapatkan seorang konsumen memiliki perbedaan, bentuk mashlahah yang didapatkan ketika masih ada di dunia dan bentuk mashlahah yang didapatkan ketika di akhirat, mashlahah yang didapatkan di akhirat berupa ganjaran yang akan diberikan oleh tuhan atas perilaku ketaatan yang sudah dilakukan semasa didunia seperti mengkonsumsi

sesuai dengan aturan agama Islam (Abdurrohman, 2013: 28).

Bentuk mashlahah yang didapatkan seorang konsumen ketika masih berada di dunia berupa manfaat yang akan diterima oleh konsumen ketika membeli sebuah barang dalam memenuhi kebutuhannya, adapun bentuk manfaat yang didapatkan yakni (P3EI, 2013: 143):

- 1) Manfaat Material
- 2) Manfaat Fisik Dan Psikis
- 3) Manfaat Intelektual
- 4) Manfaat Terhadap Lingkungan
- 5) Manfaat Jangka Panjang

Perilaku seorang muslim akan memberikan berkah ketika hal-hal ini dilakukan dalam kegiatan konsumsi, hal yang dimaksud yakni: (P3EI, 2013: 144).

- 1) Barang/jasa yang dikonsumsi merupakan barang yang halal.
- 2) Tidak israf dalam mengonsumsi barang/jasa.
- 3) Berniat mendapatkan ridha Allah SWT dalam melakukan kegiatan konsumsinya.

Besarnya berkah yang didapatkan berhubungan langsung dengan frekuensi kegiatan konsumsi yang dilaksanakan, semakin tinggi frekuensi kegiatan yang bermashlahah, maka berkah yang dapat oleh pelaku konsumsi akan semakin besar. Seperti halnya ketika seorang konsumen

muslim tanpa mempertimbangkan tentang kehalalan produk/jasa yang dikonsumsi atau mengonsumsi produk/jasa dengan cara yang berlebihan maka hanya akan mendapatkan manfaat duniawi saja artinya hanya mendapatkan manfaat psikis saja (P3EI, 2013: 135).

### *Self Esteem*

Definisi *self esteem* yakni gambaran akan rasa cinta terhadap diri sendiri, ketika rasa cinta kepada diri sendiri bertambah besar maka akan berdampak baik pada segala tindakan yang dilakukan pada bidang yang ditekuni, dan juga bertambah besar rasa cinta kepada diri sendiri maka dalam penentuan sasaran hidup yang lebih besar cenderung lebih mampu bertahan dalam memperjuangkan pencapaian pada sasaran tersebut (Stephen, 2008:28). Dapat disimpulkan bahwa *self esteem* menunjukkan sejauh mana seseorang menerima dirinya sendiri sebagai seseorang yang berharga, berkompeten, kemampuan serta keberartian.

Menurut Maslow (1984) *self esteem* adalah di mana kebutuhan akan penilaian yang stabil dan tegas terhadap diri mereka sendiri, harga diri, dan penghargaan diri, dan penghargaan dari orang lain. Branden menyatakan bahwa *self esteem* (harga diri) adalah aspek kunci yang paling penting dari

kepribadian dalam membentuk perilaku seorang individu, hal ini karena harga diri yang tinggi dapat mempengaruhi proses berpikir, tingkat emosional, dan keputusan tentang nilai dan tujuan hidup sehingga seorang individu dapat bersenang-senang dan menikmati hidupnya, namun bagi mereka yang tidak memiliki *self esteem* (harga diri) yang tinggi maka akan cenderung mengembangkan citra harga diri yang salah untuk menutupi kegagalan mereka (Namora. 2009:77).

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwasanya *self esteem* merupakan kepercayaan seseorang atas dirinya sendiri atas keunikan yang dimiliki, kemampuan dalam menghadapi segala situasi, serta menganggap adanya keberhargaan dalam dirinya.

### **Tingkatan Self Esteem**

Tingkatan harga diri seorang individu dapat dikenali dari karakter yang diperlihatkan oleh suatu individu itu sendiri. Rosenbreg dan Ownes berpendapat bahwa seorang individu yang mempunyai *self-esteem* tinggi akan memperlihatkan dirinya sebagai pribadi yang optimis, bangga dan merasa senang akan dirinya sendiri, peka terhadap tingkat kemampuan untuk menerima kejadian negatif dan mengubah diri, cenderung menemui kebahagiaan, bersikap fleksibel dan berani, mampu meningkatkan diri

dalam berhubungan dengan individu lain, meningkatkan kemampuan untuk berekspresi dan mencoba melakukan sesuatu yang sesuai dengan kemampuannya, tidak takut mengambil risiko, interaksi positif dengan orang lain, kelompok dan organisasi yang ada pada masyarakat, pemikiran yang fleksibel, pengambilan keputusan yang cepat, dan penyelesaian dan berani mempercayai keputusan yang diambilnya (Dilla, 2018:44).

Sedangkan seseorang dengan *self esteem* rendah akan menampakkan karakter yang pesimis, tidak merasa puas akan dirinya, memiliki keinginan meniru/menjadi individu lain, tidak peka terhadap kejadian yang akan merusak harga diri (tidak bisa mengontrol emosi ketika mengalami suatu kegagalan), lebih condong melihat kejadian sebagai sesuatu yang negatif (membesar-besarkan kejadian negatif yang dialami), lebih condong kekhawatiran sosial dan condong menghadapi emosi negatif, merasa risau, tidak percaya diri dan bersifat pasif pada saat berkomunikasi dengan orang lain, memberikan perlindungan diri dan merasa takut untuk melakukan sebuah kesalahan, menghindari dalam sebuah keputusan bersama, memandang rendah dan bersikap yang tidak baik terhadap orang lain, kelompok dan instansi, serta cenderung was-was dan lambat dalam merespon

saat pengambilan sebuah keputusan (Dilla et all, 2018: 44).

### **Kebutuhan *Self-Esteem***

Kebutuhan *self esteem* merupakan kebutuhan untuk merasa lebih baik tentang diri sendiri dan kemampuannya, serta kebutuhan akan mendapatkan penghargaan dari individu lain, dan menerima pengakuan serta penghargaan dari individu lain (John, 2014: 83).

Setiap individu dalam bermasyarakat memiliki kebutuhan atau keinginan untuk mendapatkan penilaian yang mantap atas dirinya, memiliki dasar yang kuat, memiliki mutu yang baik, akan rasa percaya bahwa dirinya berharga, serta penghargaan akan orang-orang lainnya (Maslow, 1984:50).

*Self esteem need* terdiri dari penghargaan dari diri sendiri dan penghargaan dari orang lain. Adapun penghargaan dari diri sendiri meliputi keinginan akan kekuatan, kompetensi, prestasi, kemampuan akan menguasai, kepercayaan dan independensi serta kebebasan. Sedangkan penghargaan dari orang lain meliputi kebutuhan akan kepedulian (kehormatan), ketenaran, status, keunggulan, kepedulian dan martabat (Yustinus, 2021: 235).

Salah satu bentuk contoh pemenuhan akan *self esteem need* bisa berupa pemberian sebuah hadiah atau pemberian ucapan mana kala seseorang telah dapat menyelesaikan sebuah ujian

atau sebuah kompetensi, dan juga dapat berupa pemberian penghargaan dari manajer perusahaan kepada karyawan perusahaan atas kinerja yang telah dilaksanakan dengan baik sebagai karyawan perusahaan, dan juga pemberian pengakuan atas ketenaran seseorang.

Pemenuhan akan kebutuhan harga diri akan berdampak memunculkan rasa percaya diri terhadap diri sendiri, merasa mampu menyelesaikan sebuah kompetensi, merasa dihargai dan juga merasa dibutuhkan akan sesama. Kebutuhan harga diri ketika tidak dapat terpenuhi maka seseorang akan kesulitan dalam menampilkan perilaku sosialnya, seperti takut akan menyampaikan ide yang dimilikinya, merasa dirinya rendah, dan juga akan bersifat canggung.

Pemenuhan kebutuhan *self esteem* yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni dengan cara mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember akan membeli sebuah buket yang dijadikan sebagai hadiah dan akan memberikan buket yang dibelinya kepada teman satu kelasnya atau teman terdekatnya yang telah berhasil melakukan ujian seminar/proposal/ujian skripsi. Pemberian buket ini dilakukan guna untuk mengapresiasi atas keberhasilan temannya yang telah berhasil menyelesaikan ujian proposal/skripsi

dan juga untuk memenuhi kebutuhan *self esteem* yang dimiliki oleh pihak pemberi hadiah, artinya pihak pemberi hadiah juga mengharapkan hal yang sama yakni akan mendapatkan hadiah dari pihak penerima hadiah ketika mereka mampu menyelesaikan ujian seminar proposal/skripsi.

Tidak hanya menerima hadiah dari individu lain dalam pemenuhan kebutuhan *self esteem* yang dimilikinya mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember juga melakukan pembelian hadiah untuk dirinya sendiri karena telah mampu mencapai keberhasilan dalam hidupnya, jenis hadiah yang dibeli sesuai dengan keinginan yang sebelumnya sudah direncanakan.

Pemenuhan kebutuhan dengan tindakan pemberian hadiah yang berasal dari individu lain atau pemberian hadiah yang berasal dari diri sendiri akan menimbulkan perasaan percaya diri pada diri sendiri, kegunaan, serta kemampuan yang dimilikinya, dalam tindakan tersebut juga berdampak positif dalam hubungan pertemanan antara kedua belah pihak.

Hal tersebut juga di dukung dengan hasil penelitian pada tahun 2018 oleh Tantri Ruswati mengenai pemenuhan kebutuhan manusia jika ditinjau dari teori Hierarki kebutuhan Abraham Maslow, hasil penelitian

menyatakan bahwasanya pemenuhan kebutuhan *self esteem* dilakukan dengan cara pemberian ucapan terima kasih atas jasa yang dilakukan dan juga mendapatkan perilaku dan pengakuan yang baik dari sekitarnya.

Berdasarkan paparan di atas tindakan pemenuhan kebutuhan *self esteem* yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sesuai dengan teori Hierarki Kebutuhan Maslow yang menyatakan bahwa seseorang memiliki kebutuhan akan mendapatkan penghargaan dari diri sendiri atau penghargaan dari orang lain. Penghargaan dari diri sendiri dapat berupa keinginan akan kekuatan, kompetensi, prestasi, kemampuan dalam menguasai, kepercayaan dan independensi serta kebebasan. Sementara pada penghargaan dari orang lain dapat berupa rasa peduli (respek), popularitas, status, dominansi, perhatian serta martabat (Maslow, 1984: 50).

*Self esteem* seseorang dapat dikategorikan dalam dua kelompok yakni kategori *self esteem* tinggi dan kategori *self esteem* rendah, sesuai dengan data yang terpapar di atas kategori *self esteem* mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni sebagai berikut:

**Tabel 1. Kategori Self Esteem Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**

No	Nama	Fakultas	Kategori Self Esteem
1	Rizka Ulfatul Izzah	FTIK	Tinggi
2	Salsabila Umi Nur Fajria	FTIK	Tinggi
3	Riyadatul Hasanah	FEBI	Tinggi
4	Azizah	FEBI	Tinggi
5	Kisya Margareta	Dakwah	Tinggi
6	Rosyidatul Ulfa	Syariah	Tinggi
7	Dhiyaul Haq	FUAH	Tinggi

Sumber: diolah oleh peneliti pada tanggal 18 Oktober 2022.

Pembelian buket yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan *self esteem* yang dimilikinya menimbulkan berkah dan manfaat yang dapat dirasakan, mendapatkan keberkahan dikarenakan jenis buket yang dibeli merupakan jenis barang yang tidak diharamkan oleh Allah SWT dan juga mereka dalam membeli buket tidak berlebihan jumlahnya artinya mereka hanya membeli buket ketika temannya mampu menyelesaikan ujian seminar proposal/ujian skripsi. Berikut merupakan jenis buket yang dibeli dan juga dana yang dibutuhkan pada saat membeli buket:

**Tabel 2. Harga Buket Yang Dibeli Dan Dana Yang Digunakan**

No	Nama	Jenis Buket	Dana Yang Digunakan
1	Riyadatul Hasanah	Buket Snack	Rp. 15.000
2	Azizah	Buket Uang	Rp. 150.000
3	Rizka	Buket	Rp. 20.000

No	Nama	Jenis Buket	Dana Yang Digunakan
	Ulfatul Izzah	Bunga Mini	
4	Salsabila Umi Nur Fajria	Buket Bunga	Rp. 25.000
5	Kisya Margareta	Buket Uang	Rp. 150.000
6	Rosyidatul Ulfa	Buket Hijab	Rp. 35.000
7	Dhiyaul Haq	Buket Snack	Rp. 20.000

Sumber: diolah oleh peneliti pada tanggal 18 November 2022

Sedangkan manfaat yang didapatkan ketika setelah membeli sebuah buket berupa:

**Tabel 3. Bentuk Manfaat Yang Dirasakan Oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Setelah Membeli Sebuah Buket**

No	Jenis Manfaat	Bentuk Manfaat
1	Manfaat Material	Mendapatkan harga yang murah.
2	Manfaat Fisik dan Psikis	Terpenuhinya kebutuhan self esteem yang dimiliki oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3	Manfaat Intelektual	Penambahan suatu informasi terkait dengan produk buket yang dibeli, baik dari sisi bahan, kemiripan antara foto katalog dengan produk asli, jenis buket yang dijual dan informasi lainnya.
4	Manfaat Terhadap Lingkungan	Dapat membantu pihak penjual buket dalam mendapatkan pendapatan pada hari itu serta pihak

		penerima buket juga merasa bahagia.
5	Manfaat Jangka Panjang	Dapat memperlancar hubungan pertemanan antara pembeli buket dengan penerima buket.

Sumber: diolah oleh peneliti pada tanggal 9 Juli 2022.

Sesuai dengan paparan diatas analisis *mashlahah* paada pembelian buket dalam rangka pemenuhan kebutuhan *self esteem* yang dilakukan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat dikatakan *mashlahah*, hal ini dikarenakan dalam pembelian buket dapat menimbulkan manfaat yang diperoleh oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, penjual buket, dan juga pihak penerima buket, dan juga buket yang dibeli berisikan barang yang tidak diharamkan.

Ibnu Asyur yang menyatakan bahwa *mashlahah* merupakan perbuatan yang menghasilkan kebaikan dan manfaat yang bersifat terus menerus baik untuk orang banyak atau individu (Azharisyah et al, 2021:370). Ditinjau dari segi jenisnya *mashlahah* dalam pembelian buket dalam rangka pemenuhan *self esteem* ini termasuk pada jenis *mashlahah al-mursalah* dikarenakan tidak ada larangan mengenai pembelian buket dalam Al-Qur'an maupun As-Sunah.

## KESIMPULAN

Pemenuhan kebutuhan *self esteem* yang dimiliki oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dilakukan dengan cara pembelian buket, dalam hal ini buket berperan sebagai alat pemuas kebutuhan *self esteem* yang dimiliki mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dalam proses pemenuhannya mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember akan membeli sebuah buket pada saat salah satu temannya selesai menempuh ujian seminar proposal/ujian skripsi kemudian buket tersebut dijadikan sebuah hadiah yang akan diberikan kepada temannya yang telah berhasil melakukan ujian seminar proposal/ujian skripsi. Tujuan pemberian buket tersebut tidak lain untuk memenuhi kebutuhan *self esteem* yang dimilikinya dan juga sebagai rasa menghormati serta memberikan apresiasi atas keberhasilan temannya dalam menyelesaikan ujian seminar proposal/ujian skripsi.

Dalam pembelian buket yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam rangka pemenuhan *self esteem* yang dimilikinya dapat dikatakan *mashlahah*, hal ini dikarenakan adanya sebuah manfaat yang didapatkan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, adapun manfaatnya yang dirasakan yakni:

- 1) Manfaat material yang berupa mendapatkan harga buket yang murah.
- 2) Manfaat fisik yang berupa terpenuhinya akan kebutuhan yang dimiliki.
- 3) Manfaat intelektual yang berupa mendapatkan beberapa informasi terkait dengan buket yang dibeli.
- 4) Manfaat lingkungan yang berupa timbulnya rasa bahagia oleh pihak penjual, pihak pembeli dan penerima hadiah buket.
- 5) Manfaat jangka panjang yang berupa dapat memperlambat hubungan pertemanan antara pemberi buket dan penerima buket.

#### **SARAN**

Dalam pembelian buket mahasiswa harus mempertimbangkan terlebih dahulu terkait dengan manfaat yang didapatkan, sehingga terhindar dari kemudharatan dan sifat *israf*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Aravik, Havis. (2016). *Ekonomi Islam*. Malang: Empatdua.

Barnapas, Stephen. (2008). *Financial Self-Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Ibrahim, Azharsyah, Erika Amelia, Nashr Akbar, Nur Kholis, Suci Apriliana Utami, dan Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia.

Ifham, Ahmad Sholihin. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kasdi, Abdurrohman. "Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam, *Equilibrium* 1, no. 1 (Juni 2013)

Lumanggo, Namora Lubis. (2009). *Depresi Tinjauan Psikologis*. Jakarta: Kencana.

Mada, Gajah University Press. (2014). *Manajemen*. Malang: Gajah Mada University Press.

Mamang, Etta Sangadji dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Maslow H, Abraham. (1984). *Motivasi Dan Kepribadian*. Jakarta: PT. Gramedia.

Mufid, Moh. (2016). *Ushul Fiqh dan Keuangan Kontemporer Dari Teori Aplikasi Edisi Kedua*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Nyak, Mukhsin Umar. (2006). *Rekonstruksi Pemikiran Hukum Islam di Indonesia (Pendekatan Al-Mashlahah Al-Mursalah*. Banda Aceh: PeNa.

Pengkajian, Pusat dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). (2013). *Ekonomi Islam*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Rayhaan, Muhammad Janitra. 2017. *Hotel Syariah Konsep dan Penerapan*. Depok: PT Raja Grafindo.

- Semium, Yustinu. (2021). *Teori-Teori Kepribadian Humanistis*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Suprihanto, John. (2014). *Manajemen*. Malang: Gajah Mada University Press.
- Syahbudi, Muhammad. (2018). *Ekonomi Makro Prespektif Islam*. Medan.
- Syarifudin, Amir. (2001). *Ushul Fiqih 2*. Jakarta: Kencana Permada Media Group.
- Triapnita, Nana Nainggolan, Munandar, Andriasan Sudarso, Lora Ekana Nianggolan, Fuadi, Puji Hastuti, Dewa Putu Yhdi Ardiana, Acai Sudirman, Dyah Gandasari, Nina Mistriani, Aditya Halim Perdana Kusuma, Astri Rumandong, dan Deddy Gusman. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.