

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mayoritas penduduk Indonesia gemar melakukan aktivitas belanja baik di pusat perbelanjaan, *factory outlet* maupun belanja secara online di situs-situs belanja ternama atau *onlineshope* di media sosial instagram. Hingga masyarakat Indonesia disebut-sebut sebagai masyarakat yang berperilaku konsumtif. Hal tersebut dibuktikan oleh survei yang dilakukan oleh AC Nielsen seperti yang dikutip oleh Ratih Kumala Sari dalam eJurnal Psikologi Universitas Mulawarman, yang menyebutkan bahwa di antara negara-negara lain, Indonesia menempati urutan teratas sebagai negara dengan tingkat konsumsi yang paling tinggi di dunia.¹ Dari fakta dilapangan ditemukan bahwa di daerah perkotaan, terutama di kota-kota besar, masyarakat cenderung menerapkan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup modern turut mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang dan jasa secara berlebihan. Berbagai kemudahan di zaman teknologi seperti sekarang ini semakin membuat masyarakat dari berbagai kalangan mudah mengakses berbagai produk, sehingga tidak heran jika perilaku konsumtif pun tidak terbendung lagi.

Bahkan seperti yang dilansir liputan6.com pada 4 Agustus 2016, berdasarkan *Global Survey of Consumer Confidace and Spending Intentions* kuartal II-2016, mengemukakan dua indikator dalam indeks kepercayaan konsumen Indonesia yang

¹ Ratih Kumala Sari, "Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying (Pembelian Kompulsif) Pada Remaja Akhir Di Samarinda," *eJurnal Psikologi FISIP Universitas Mulawarman* 4 (2016). 362.

meningkat.² Kedua indikator itu adalah prospek lapangan pekerjaan dan keinginan belanja. Sedangkan survei yang terbaru dikutip dari jpp.go.id, pada tahun 2017 dalam *Global Survey of Consumer Confidence and Spending Intentions* yang dirilis Nielsen pada kuartal II-2017, Indonesia berhasil mengalahkan negara-negara lain dalam hal optimisme konsumen. Dibuktikan dengan Indonesia menduduki peringkat ketiga dunia sebagai negara yang memiliki keinginan belanja yang tinggi.³

Dalam Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta karya Rizkia Witri Hidayah, Yuwanto menyatakan bahwa citra masyarakat konsumtif sangat melekat pada masyarakat Indonesia. Ketika produk terbaru diluncurkan, ada dorongan kuat untuk membeli produk baru tersebut. Padahal barang-barang yang dimiliki masih berfungsi dengan baik. Tujuannya yaitu mengikuti tren atau sekedar *life style*, tanpa sungguh-sungguh memperhitungkan hakikat fungsi dasarnya. Bahkan orang-orang yang dikategorikan mempunyai kecakapan finansial yang tergolong lemah turut mengindikasikan perilaku konsumtif. Sampai-sampai untuk memperoleh barang teranyar, mereka bersedia melakukan pembayaran secara kredit atau bahkan berhutang lama dengan nominal uang yang cukup banyak. Ciri-

² Pebrianto Eko Wicaksono, "Survei: Keinginan Belanja Orang Indonesia Naik," 2016, diakses tanggal 26 November 2017, <http://m.liputan6.com/bisnis/read/2569236/survei-keinginan-belanja-orang-indonesia-naik>.

³ Endang Saputra, "Survei Nielsen: Optimisme Konsumen Indonesia Peringkat 3 Dunia," 2017, diakses tanggal 27 November 2017, <https://jpp.go.id/1-ekonomi/309956-survei-nielsen-optimisme-konsumen-indonesia-peringkat-3-dunia>.

ciri perilaku di atas sudah mampu menggambarkan betapa konsumtif masyarakat Indonesia.⁴

Memang setiap kebutuhan hidup manusia tidak akan bisa terpenuhi semuanya karena pada hakikatnya manusia memiliki kepuasan yang tidak terbatas. Ketika suatu kebutuhan telah terpenuhi dan terpuaskan maka kebutuhan seseorang akan semakin bertambah, skalanya pun jauh lebih meningkat, seseorang dituntut untuk memenuhi kebutuhan hingga terpuaskan, kejadian tersebut terus berlangsung secara berulang-ulang.⁵ Contohnya mahasiswa baru sebagai perantau sangat membutuhkan tempat tinggal yaitu kamar kost lalu juga *handphone* untuk berkomunikasi dengan orangtuanya, ketika sudah terpenuhi muncul kebutuhan baru, karena sudah mulai perkuliahan munculah kebutuhan baru seperti membeli buku, muncul lagi kebutuhan membeli laptop, dan seterusnya. Sebagaimana Abraham Maslow menjelaskan mengenai kebutuhan-kebutuhan manusia yang disebut sebagai teori *hierarchy of needs* atau tingkatan kebutuhan. Maslow yang merupakan salah satu pencetus psikologi humanistik, mengungkapkan bahwa ada lima tingkatan kebutuhan hidup manusia. Tingkatan-tingkatan kebutuhan tersebut yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan penerimaan diri, kebutuhan akan penghargaan diri, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.⁶

⁴Rizika Hidayah Witri, "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa Putri Di Surakarta," (Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), 1.

⁵ Hasyim Muhammad, *Dialog Antara Tasawuf Dan Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002). 70.

⁶ Asmadi, *Teknik Prosedural Konsep & Aplikasi Kebutuhan Dasar Klien* (Jakarta: Salemba Medika, 2008). 2.

Fenomena masa kini, kegiatan belanja bukan lagi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dasar. Namun, kegiatan belanja menjadi salah satu ajang menunjukkan eksistensi diri dan memupuk kepercayaan diri, hanya sebatas untuk mencari kesenangan atau hiburan saja. Manusia modern selalu ingin ‘diakui’ keberadaannya dengan cara mengikuti tren, mereka membeli atau mengkonsumsi apa yang dikonsumsi orang lain. Padahal belum tentu mereka butuhkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia lebih mengedepankan keinginan dibanding kebutuhan. Selain itu, motif lain seseorang berbelanja karena ingin melepas segala emosi-emosi negatif dalam diri, seperti kecemasan, marah, sedih ataupun malu hingga seseorang tersebut mendapatkan emosi positif yang diinginkannya yaitu bahagia.

Kecenderungan orang berbelanja menunjukkan semakin terkaitnya seseorang dengan nilai materialisme yang mempunyai hubungan konsisten dengan perilaku pembelian secara kompulsif. Manusia yang memiliki nilai materialistik rela mengeluarkan uang dengan nilai fantastis demi barang yang diinginkannya. Hal tersebut merupakan salah satu pencetus munculnya masalah pembelian secara kompulsif. Pengendalian diri yang rendah serta sering mengalami kesulitan keuangan merupakan salah satu karakteristik pembeli kompulsif. Ketika berbelanja, pembeli kompulsif sebenarnya sedang melepaskan emosi-emosi negatif dalam dirinya. Mereka merasa bahwa dengan membeli produk yang harganya mahal akan mengangkat derajat status dan gengsi di mata lingkungannya serta menjadi

kepuasan tersendiri. Jadi perhatian mereka ketika berbelanja bukan tertuju pada harga yang rendah dan murah, namun lebih kepada fungsi psikis dan sosial.⁷

Nampak bahwa sisi psikologis lebih dominan menarik minat belanja dibanding dengan nilai kegunaan suatu barangnya. Namun, kegiatan belanja tersebut akan berbahaya dan berdampak buruk baik dari sisi psikologis, ekonomi, maupun sosial, manakala dilakukan secara berlebihan, berulang, dan terus-menerus tanpa bisa terkontrol. Perilaku tersebut disebut dengan *compulsive buying*. *Compulsive buying* merupakan perilaku belanja yang dikategorikan sebagai perilaku abnormal, karena dilakukan secara tidak terkontrol, berulang-ulang, dan memiliki dorongan kuat untuk berbelanja yang dianggap sebagai cara yang ampuh untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan.⁸

Compulsive buyer lebih mengedepankan hasrat. Segala sesuatu dalam hal ini berbelanja dilakukan secara berlebihan karena tidak dapat mengendalikan dorongan. Berdasarkan psikologi kepribadian mazhab psikoanalisa, yang terdiri dari id (mengenai seluruh dimensi psikologi seperti naluri, rangsang, dan drive), ego (pelaksana dari kepribadian), dan super ego (kekuatan moral dan etik dalam kepribadian). Seseorang yang mengedepankan hasrat berarti id-nya sangat besar, super ego tidak mampu mencegah ego, karena ego lebih memilih melaksanakan perintah id. Padahal aturan moral dalam super ego berfungsi mengatur dan sebagai upaya preventif terlaksananya hasrat primitif, lebih-lebih dari agresi dan libido.

⁷ Nuri Putri Ardhi “Analisis Peran Harga Pada Perilaku Compulsive Buyer (Studi Kasus Konsumen Departement Store Debenhams)” (Tesis Program Pascasarjana, Universitas Indonesia, 2012). 76.

⁸ Elizabeth A Edward, “Development of A New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior” *Financial Counseling and Planing* 4 (1993). 67.

Individu yang baik merupakan individu yang dapat mengontrol diri agar tidak melanggar aturan dan menekan impuls-impuls primitifnya.⁹

Seseorang yang mengalami *compulsive buying* melakukan kegiatan belanja hanya karena ingin melepas emosi-emosi negatif dalam diri. *Compulsive buyer* berbelanja karena menghibur diri dari emosi-emosi negatif tersebut dan mencari kesenangan. Melalui belanja, *compulsive buyer* mendapat kepuasan. Namun, setelah selesai belanja, *compulsive buyer* merasa bersalah atas apa yang dilakukannya, hingga akhirnya emosi-emosi negatif seperti cemas, takut, dan sedih pun muncul kembali. Untuk menghilangkan emosi negatif tersebut, *compulsive buyer* kembali mengulang perilaku belanja secara kompulsif lagi. Hal ini juga senada dengan yang diungkapkan Benson, untuk menghilangkan rasa malu, menyesal, atau kecewa mereka akan berbelanja lagi, maka pola perilaku tersebut terus berulang-ulang.

Dari pengamatan peneliti di lingkungan kampus yang berada di Bandung, mahasiswa banyak yang gemar melakukan aktivitas belanja baik secara *online* maupun secara *offline*. Mahasiswa bisa dengan mudah dan sesering mungkin mengunjungi pusat perbelanjaan. Apalagi pusat perbelanjaan modern yang tersedia beragam fasilitas, seperti menjual produk yang *trendy* dari mulai fashion, restoran, bioskop sampai tempat *fitness*. Hal tersebut dibuktikan oleh survei BCA yang tertera dalam situs *m.katadata.co.id*, yang menunjukkan mall yang semakin banyak menarik konsumen. Survei tersebut menyebut bahwa deretan mall yang jumlah

⁹ Alwisol, *Psikologi Kepribadian* (Malang: UMM Press, 2009). 21.

penjualannya meningkat adalah mall-mall baru dengan banyak tempat *nongkrong*, mall yang bukan hanya menyediakan tempat belanja namun juga dapat memenuhi gaya hidup modern para pengunjungnya.¹⁰ Sedangkan untuk belanja secara *online*, masyarakat Indonesia termasuk masyarakat yang sangat konsumtif. Bagaimana tidak, hasil dari belanja *online* pada tahun 2016 mencapai tujuh puluh lima triliun. Hasil yang liris oleh Bank Indonesia yang dilansir oleh *cnnindonesia.com* tersebut cukup mencegaskan berarti setiap pengguna internet dapat menghabiskan uang sebesar tiga juta rupiah pertahun hanya untuk belanja online.¹¹ .

Telah banyak studi kasus mengenai *compulsive buying*. Salah satunya dalam suatu jurnal yang ditulis oleh Titin Ekowati menyebutkan bahwa penderita *compulsive buying* umumnya didominasi oleh kaum perempuan. Alasan mayoritas *compulsive buyer* adalah perempuan, karena menurut Ditmar berbelanja lebih memiliki korelasi dengan masalah emosional dan identitas. Sedangkan berdasarkan survei *World Psychiatry*, 80% - 95% orang dengan *compulsive buying* adalah perempuan. Adapun mengenai kebiasaan belanja perempuan Indonesia yang dilakukan oleh Gramedia Majalah dalam survei *Indonesia's Hottest Insigh* tahun 2012 dan 2013 seperti yang dilansir nova.grid.id mengungkapkan bahwa perempuan Indonesia disetiap harinya perempuan terbiasa belanja minimal dua kali dengan persentase sebanyak 7% dan perempuan Indonesia melakukan aktivitas

¹⁰ Pingit Aria, "ITC Mulai Sepi, Deretan Mal Berkonsep Gaya Hidup Sedot Pengunjung," 2017, diakses tanggal 26 November 2017, <https://m.katadata.co.id/berita/2017/09/18/itc-mulai-sepi-deretan-mal-berkonsep-gaya-hidup-sedot-pengunjung>

¹¹ Christine Novita Nababan, "Belanja Online Masyarakat Indonesia Tembus RP75 Triliun," 2017, diakses tanggal 26 November 2017, <https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20170809151902-78-233513/belanja-online-masyarakat-indonesia-tembus-rp75-triliun/>.

belanja ketika akhir pekan sebanyak 92%.¹² Maka penelitian ini lebih difokuskan mengambil subjek penelitian mahasiswi.

Berdasarkan fakta di atas, adanya gejala-gejala yang menunjukkan mahasiswa telah menjadi *compulsive buyer* hanya untuk mendapat kepuasan dan kesenangan. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa dengan belanja maka *compulsive buyer* mendapat kepuasan. Namun kepuasan tersebut bersifat sementara dan *compulsive buyer* tidak akan pernah merasa puas. Padahal menurut Ibn Hibban al-Busti, perasaan puas sangat erat kaitannya dengan kehidupan yang baik, dalam term tasawuf disebut dengan *qona'ah*. Menurut Diener dan Pavot kepuasan hidup merupakan suatu proses penilaian kognitif yang membandingkan hal yang terjadi dalam hidup individu dengan standar yang dimiliki. Kepuasan hidup juga akan semakin melengkapi kebahagiaan dan dimensi afektif dari fungsi positif pada manusia.¹³ Jadi salah ciri sikap *qona'ah* adalah merasa puas akan apa yang didapat dalam hidupnya. Sikap *qona'ah* merupakan muara dari kebahagiaan dan kepuasan batin yang sesungguhnya. Dalam tasawuf disebutkan bahwa dunia dilarang dicintai selamanya oleh manusia meskipun memiliki dunia dan segala isinya, sebab yang utama adalah kecintaan pada Allah SWT, janganlah manusia mengotori fitrahnya sebagai hamba. Manusia yang menggenggam dunia melampaui batas kebutuhan

¹² Ridho Nugroho, "5 Fakta Kebiasaan Belanja Perempuan Indonesia yang Unik," 2015, diakses tanggal 26 November 2017, <http://nova.grid.id/Karier/Keuangan/5-Fakta-Kebiasaan-Belanja-Perempuan-Indonesia-Yang-Unik>.

¹³ Fuad Nashori Iswan Saputro, Annisa Fitri Hasanti, "Qana'ah Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Kepuasan Hidup Dan Stres," *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris* 3 (2017). 12.

aslinya, maka akan semakin renggang dari kedamaian.¹⁴ Karena dunia sifatnya sementara sedangkan kehidupan dan kebahagiaan yang sejati berada di akhirat.

Adanya perilaku *compulsive buying* membuat *compulsive buyer* jauh dari rasa cukup atas apa yang telah Allah SWT berikan. Hilangnya rasa ridho terhadap apapun yang dimiliki dan ridho terhadap apapun yang belum dimiliki merupakan salah satu indikator dari sikap *qona'ah*. Maka, dapat dikatakan bahwa *qona'ah* yaitu ditinggalkannya hawa nafsu seperti hasrat memiliki sesuatu yang sudah pupus ataupun dari sesuatu yang tidak ada pada genggaman saat ini, dengan cara mengelakkan terhadap sesuatu yang berada dalam genggaman saat ini.¹⁵ Sikap *qona'ah* mengantarkan manusia kepada ketentraman jiwa, jauh dari rasa ketakutan akan kekurangan, jauh dari rasa gelisah karena ketamakan, dan memperoleh harta yang pantas dan sesuai dengan kebutuhan bukan karena keinginan yang kompulsif.

Merasa gelisah, sedih, kecewa, marah, ataupun malu lalu melampiaskan melalui berbelanja bisa saja terjadi pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Tidak terkecuali bagi mahasiswa yang berada di jurusan Tasawuf Psikoterapi. Ada kemungkinan mereka pun turut memiliki perilaku *compulsive buying*. Walaupun sejatinya, mahasiswa Tasawuf Psikoterapi dibekali ilmu pengetahuan mengenai teori akhlak tasawuf dalam hal ini *qona'ah*. Dari pengamatan peneliti, ada beberapa mahasiswi Tasawuf Psikoterapi yang melakukan aktivitas belanja baik secara *online* maupun secara *offline*. Barang-barang yang dibeli biasanya berupa alat-alat *make-up*, kerudung yang jenisnya beragam, baju-

¹⁴ Al-Ghozali, *Raudhah, Taman Jiwa Kaum Sufi* (Surabaya: Risalah Gusti, 1995). 25.

¹⁵ Abd al-Karim ibn Hawazin Al-Qusyayri, *Risalah Sufi Al-Qusyayri* (Pustaka: Bandung, 1994). 106-107

baju berbagai mode, serta aksesoris. Barang-barang yang dibelinya seringkali bukan berdasarkan fungsi namun hanya karena tertarik, apalagi ketika belanja *online* yang semakin memudahkan melihat barang-barang, maka semakin sering juga aktivitas belanja hingga mereka terpuaskan. Hal tersebut mengindikasikan memudarnya sikap *qona'ah*. Rasulullah SAW bersabda “*Jauhilah rakus, karena rakus itu pada hakikatnya adalah kefakiran, dan hindarilah sikap mencari-cari alasan untuk rakus (ma ya 'tadziru minh).*” (HR. Ath-Thabrani).

Berdasarkan pengamatan di lapangan secara sekilas, mayoritas sikap *qona'ah* di kalangan mahasiswa diterapkan dalam bentuk pemahaman. Dibuktikan dengan perilaku mahasiswi yang gemar berbelanja ketika barang-barang yang dimilikinya masih berfungsi dengan baik dan selalu muncul keinginan menambah barang-barang yang dikoleksinya. Hati masih belum merasa cukup dengan takdir dari Allah yang telah didapat. Padahal dalam sebuah hadis disebutkan bahwa: “*Kekayaan yang hakiki bukanlah dengan banyaknya harta. Namun kekayaan yang hakiki adalah hati yang selalu merasa cukup.*” (HR. Bukhari dan Muslim). Namun demikian, ada juga yang menerapkan sikap *qona'ah* pada tingkat penghayatan. Mahasiswi yang menerapkan sikap *qona'ah* pada tingkat penghayatan cenderung melakukan kegiatan belanja ketika ada barang yang benar-benar dibutuhkan saja. Hatinya tidak pernah gelisah dan selalu merasa puas atas apapun yang diberikan Allah. Dengan begitu sikap *qona'ah* mampu menjadi benteng atas keinginan-keinginan, menahan hawa nafsu dan emosi serta mengatur hal-hal yang dilakukan, karena apa yang dilakukan dan apa yang didapat hanya untuk meraih *ridho* Allah

SWT. Sesuai dengan apa yang diungkapkan Abu Sulayman Ad-Darani yang menyebut *qona'ah* adalah awal dari *ridho*.¹⁶ Ridho dari Allah-lah kebahagiaan sejati.

Berlandaskan beberapa teori dan hasil dari penelitian pendahuluan yang dilakukan terhadap lima orang responden, ditemukan adanya gejala-gejala yang telah dijelaskan sebelumnya. Dari hasil wawancara terhadap lima responden mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi dapat diketahui kelima responden menyukai berbelanja ketika sedang dirundung perasaan negatif, dilakukan terus-menerus, tidak merasa puas akan apa yang didapatnya, namun setelah selesai belanja merasa menyesal namun meski demikian hal tersebut tetap dilakukannya.¹⁷

Maka, peneliti terdorong untuk mengadakan penelitian dengan judul ***“Hubungan antara Compulsive Buying dengan Sikap Qona'ah (Studi Korelasi terhadap Mahasiswi Jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”***. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa jurusan Tasawuf Psikoterapi karena memiliki latar belakang mengikuti perkuliahan yang berkaitan dengan ilmu akhlak tasawuf, yang sudah pasti tidak asing dengan istilah *qona'ah*. Peneliti berupaya untuk mengkaji mengenai *compulsive buying* ditinjau dari sudut pandang psikologi dan dikaitkan dengan sudut pandang tasawuf mengenai sikap *qona'ah* para *compulsive buyer*. Peneliti tertarik untuk mencari tahu hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah*.

¹⁶ Abd al-Karim ibn Hawazin Al-Qusyayri, *Risalah Sufi Al-Qusyayri* (Pustaka: Bandung, 1994). 106.

¹⁷ K (mahasiswi), wawancara oleh Eva, Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tanggal 14 November 2017

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *compulsive buying* mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Bagaimana gambaran sikap *qona'ah* mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Apakah ada hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah* mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran *compulsive buying* mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Mengetahui gambaran sikap *qona'ah* mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Mengetahui hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah* mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

1. Memberikan sumbangan pemikiran terhadap khazanah keilmuan program studi Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Menjadi pengembangan teori Tasawuf Psikoterapi terutama mengenai hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah*.

b. Secara Praktis

1. Memberikan pengetahuan bagi pembaca mengenai *compulsive buying* dan sikap *qonaah*.
2. Menjadi bahan antisipatif *compulsive buying* dan memberi bahan implementasi salah satu akhlak tasawuf yaitu sikap *qona'ah*.

1.5 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dibutuhkan dalam penelitian sebagai literatur. Tujuannya untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian terdahulu dengan tema yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sehingga peneliti dapat mengetahui perbedaan-perbedaan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu. Literatur tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Buku yang berjudul "*Compulsive Buying: Clinical Foundations and Treatment*" merupakan kumpulan dari berbagai penelitian dan praktik yang bersifat klinis yang dilakukan oleh sejumlah peneliti dan praktisi klinis

mengenai *compulsive buying*. Buku ini disunting oleh Astrid Müller dan James E. Mitchell. Buku ini memuat laporan kasus, diagnosis yang benar, penilaian dan instrumen, komorbiditas, pengobatan, penelitian, dan petunjuk untuk penelitian masa depan. Buku ini diakhiri dengan panduan yang berguna untuk terapis, yang meliputi data dan penelitian; dan manual pengobatan, yang meliputi kuesioner dan latihan untuk dokter dan klien.

- b. Jurnal yang berjudul "*Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar dan Psikolog*" yang ditulis oleh Titin Ekowati. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa *compulsive buying* adalah suatu keadaan yang serius apabila manusia melakukan aktivitas belanja secara berulang akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan.
- c. Jurnal yang berjudul "*Qona'ah pada Mahasiswa ditinjau dari Kepuasan Hidup dan Stress*" yang ditulis oleh Iswan Saputro, Annisa Fitri Hasanti, dan Fuad Nashori dari Universitas Islam Indonesia. Dari hasil penelitian, dalam jurnal tersebut menyatakan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara qona'ah pada mahasiswa yang ditinjau dari kepuasan hidup dan stress.
- d. Jurnal yang berjudul "*Pengaruh Self-Acceptance Importance, Affiliation Importance, dan Community Feeling Importance terhadap Compulsive Buying*" yang ditulis dan diteliti oleh Euis Soliha. Hasil dari penelitian tersebut adalah adanya pengaruh negatif *Self-Acceptance Importance*, *Affiliation Importance*, dan *Community Feeling* terhadap *compulsive*

buying. Seseorang yang mempunyai citra diri yang kuat dan puas akan hidupnya dapat mencegah adanya *compulsive buying*.

- e. Jurnal yang berjudul “*Sufi Healing: Terapi dalam Literatur Tasawuf*” yang ditulis oleh M. Amin Syukur dari IAIN Walisongo Semarang. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa *qona'ah* merupakan salah satu *maqomat* dari tasawuf, yang dapat dinilai sebagai metode terapi.
- f. Jurnal yang berjudul “Konsep *Qona'ah* dalam Mewujudkan Keluarga *Sakinah Mawaddah dan Rahmah*” yang ditulis oleh S Mahmudah Noorhayati dan Farhan. dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa perilaku menyimpang terhadap agama membawa dampak terhadap penyimpangan sosial. Benteng terpenting untuk mencegah hal tersebut terjadi adalah dengan mengharmonisasikan keluarga. Semua anggota keluarga haruslah berkualitas islami dengan berperilaku terpuji salah satunya dengan menerapkan konsep *qona'ah*.
- g. Tesis yang berjudul “*Analisis Peran Harga pada Perilaku Compulsive Buying (Studi Kasus Konsumen Departement Store Debenhams*” yang ditulis oleh Nuri Ardhi Putri mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah karakteristik konsumen *compulsive buyer* pada Debenhams cenderung tidak lebih berfokus ada harga, potongan harga dibanding dengan *non-compulsive buyer*.

Letak perbedaan penelitian-penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu peneliti lebih mengkaji *compulsive buying* berdasarkan perspektif

psikologi bukan dari perspektif ekonomi. Kemudian peneliti menghubungkan perilaku tersebut dengan sikap *qona'ah* dalam perspektif tasawuf. Sehingga peneliti memasukkan unsur-unsur sufistik terhadap perilaku yang kini melanda masyarakat modern. Peneliti meninjau psikologi abnormal dengan kaca mata tasawuf. Metode penelitian yang digunakan pun berbeda, pada penelitian ini, peneliti menganalisa apakah ada hubungan antara *compulsive buying* dan sikap *qona'ah* dengan menggunakan korelasi product moment dan sampel yang diambil berdasarkan teknik *purposive random sampling*.

1.6 Kerangka Berpikir

Menurut Edward, *compulsive buying* merupakan perilaku yang terdapat dalam suatu rentang yang berkelanjutan berdasarkan tingkat kompulsivitas belanja. Lebih lanjut, Edward menuturkan bahwa penelitian-penelitian yang mengklasifikasikan *compulsive buying* dan *non-compulsive buying* memiliki kemungkinan salah. Bisa saja yang dikategorikan sebagai *non-compulsive buying* mereka telah berlebihan menggunakan uang dan berakibat bahaya bagi kehidupannya. Rentang *compulsive buying* yaitu *normal buyer*, *recreational buyer*, *low buyer*, *medium buyer*, dan *high (addicted) buyer*.¹⁸ Maka, salah satu adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa kompulsifnya perilaku belanja pada mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Masih menurut Edward, *compulsive buying* memiliki lima indikator yaitu *tendency of spend*, *drive to spend*, *feelings about shopping*, *dysfunctional spending*,

¹⁸ Elizabeth A Edward, "Development of A New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior" *Financial Counseling and Planing* 4 (1993). 75-76.

dan *post-purchase guilt*. Jika mahasiswi memiliki indikator-indikator tersebut dalam dirinya, berarti dia dinyatakan sebagai *compulsive buyer*. Perilaku tersebut mencerminkan belum terbentuknya sikap *qona'ah*. Karena *compulsive buyer* selalu bertujuan mencari kepuasan lewat berbelanja untuk menghilangkan emosi-emosi negatif dalam diri.

Faktor pendorong terjadinya *compulsive buying* lebih karena adanya dorongan psikologis dalam diri. Adanya perilaku *compulsive buying* disebabkan oleh tujuan personal atau *personal goals*. Tujuan adalah pemenuhan kebutuhan hidup yang digerakkan oleh suatu perilaku konsumen. Hingga akhirnya terdorong untuk mendapatkan kepuasan diri. Menurut Assael semakin tinggi hasrat dalam memenuhi tujuan maka semakin tinggi pula motivasi untuk memuaskan hidupnya.

Sesuai dengan yang diteliti Roberts and Pirog terhadap perilaku *compulsive buyer*, mereka menyatakan bahwa *personal goals* dapat mempengaruhi *compulsive buying* serta menyatakan terdapat dua faktor dari *personal goals*. Pertama, *intrinsic goals* bermakna orientasi individu yang prinsipil, seperti *self-acceptance*, *affiliation*, dan *community feeling*. Kedua, *extrinsic goals* bermakna orientasi individu yang tidak prinsipil, seperti *financial success*, *attractive*, *appearance*, dan *social recognition*.¹⁹ Sikap *qona'ah* menjadi salah satu faktor intrinsik dari *personal goals compulsive buyer* yaitu *self-acceptance* (penerimaan diri).

¹⁹ Euis Soliha, "Pengaruh Self-Acceptance Importance, Affiliation Importance, dan Community Feeling Importance terhadap Compulsive Buying," *Siasat Bisnis Universitas Stikubank Semarang*, 2010. 20.

Fenomena *compulsive buying* menandakan beberapa indikator rendahnya atau bahkan tidak adanya sikap *qona'ah* dalam diri (*self acceptance*) dan ketidakmampuan mengendalikan hawa nafsu, seperti yang diungkapkan oleh beberapa tokoh tasawuf seperti Al-Ghozali. Al-Ghozali mengungkapkan bahwa memecah hawa nafsu merupakan awal dari *qona'ah*. Ketidakmampuan diri dalam mengendalikan hawa nafsu, tanpa membatasi apa kepunyaannya, dengan selalu merasa tidak puas, membuat seseorang akan hidup dalam kebimbangan dan masuk dalam sifat rakus atau tamak.²⁰ Sebagaimana yang terjadi pada *compulsive buyer*.

Compulsive buying berusaha menghilangkan emosi-emosi negatifnya dengan berbelanja hingga mendapat kepuasan. Namun hal tersebut tidak berlaku pada orang yang memiliki *intrinsic goals* yang kuat dan kokoh dalam hal ini sikap *qona'ah*. Seseorang yang memiliki sikap *qona'ah* tidak akan mengharap kebutuhan fisik maupun psikisnya terpuaskan dengan cara berbelanja secara berlebihan. Mereka tidak tertarik untuk membeli barang-barang untuk meningkatkan makna hidup dan citra diri. orang yang puas akan hidupnya dapat terhindar dari *compulsive buying*.

Qona'ah dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang belum merasa cukup atas apa yang diberikan Allah SWT, belum menerima diri dan menghadapi kenyataan yang sebenarnya. Adapun indikator sikap *qona'ah* yang diungkapkan oleh Al-Ghozali yang tercantum dalam buku Tasawuf Modern karya Hamka yaitu rela menerima apa yang ada, memohon kepada Allah akan tambahan yang pantas dan

²⁰ S Mahmudah Noorhayati dan Farhan, "Konsep Qona'ah Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah Mawaddah Dan Rahmah," *Jurnal Bimbingan Konseling Islami* 7 (2016). 63.

berusaha, sabar menerima segala ketetapan Allah, bertawakal kepada Allah, dan tidak tertarik oleh tipu daya dunia.

Berdasarkan analisis kerangka berpikir di atas, maka penulis mendapatkan hipotesis bahwa ada hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah* mahasiswa Jurusan Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Secara ringkas kerangka berpikir hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah*, penulis tuangkan dalam skema pemikiran sebagai berikut:



Gambar 0.1 Skema Pemikiran

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memperoleh gambaran mengenai penelitian secara keseluruhan, sistematika penulisan yang disajikan adalah sebagai berikut :

Bab I merupakan bab yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan sistematika penelitian. Latar belakang membahas tentang alasan munculnya penelitian. Rumusan masalah membahas mengenai pertanyaan penelitian yang harus dijawab. Tujuan penelitian membahas mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian. Manfaat penelitian membahas mengenai nilai guna baik untuk akademik maupun sosial dari apa yang diteliti. Tinjauan pustaka membahas mengenai kajian yang sudah diteliti sebelumnya yang dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian. Kerangka berpikir membahas mengenai dasar-dasar teoritis yang digunakan dalam penelitian. Sistematika penulisan membahas mengenai deskripsi bab-bab yang terdapat dalam skripsi.

Bab II merupakan bab landasan teori yang berisi pembahasan utama yang terdiri dari teori tentang *compulsive buying*, teori tentang sikap *qona'ah*, dan hubungan antara *compulsive buying* dengan sikap *qona'ah*. Teori tentang *compulsive buying* membahas tentang pengertian, dasar teori psikologi, indikator, klasifikasi, tahap-tahap, faktor penyebab, dan akibat. Sedangkan teori sikap *qona'ah* membahas tentang pengertian, indikator, faktor pendorong, dan peran sikap *qona'ah*.

Bab III merupakan bab yang membahas mengenai metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, subjek penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

Bab IV merupakan bab yang berisi mengenai hasil dan pembahasan yang diperoleh melalui proses yang terdapat dalam bab II dan bab III. Bab ini merinci hasil dan membahas temuan yang didapat dari penelitian.

Bab V merupakan bab terakhir sebagai penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari penelitian yang mengacu kepada analisa data yang telah dilakukan. Sedangkan saran merupakan masukan dari peneliti baik secara metodologis maupun secara praktis.

